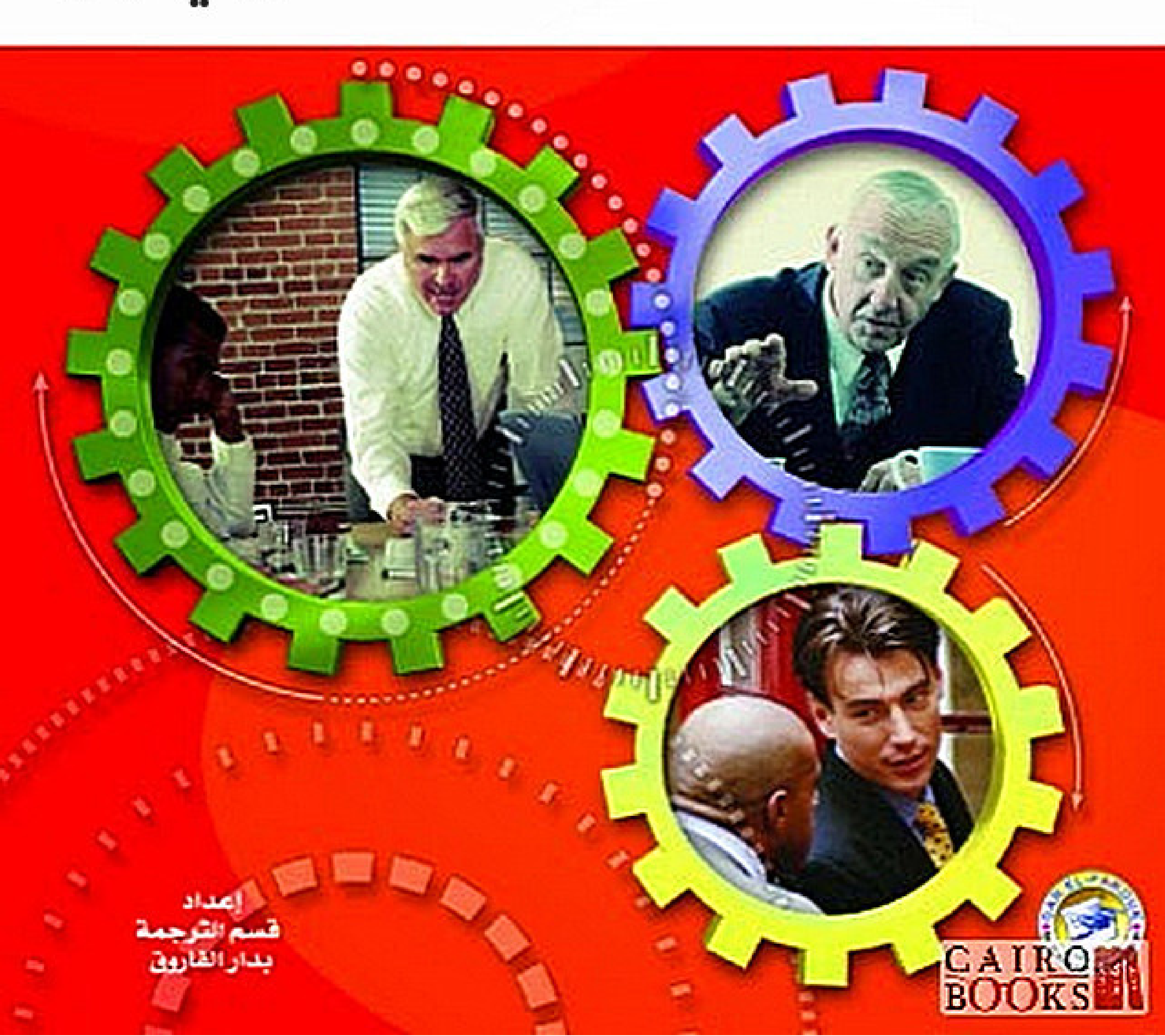
مهارات الإدارة الحديثة
Modern Management Skills

فن التحدث مع الآخرين بلباقة

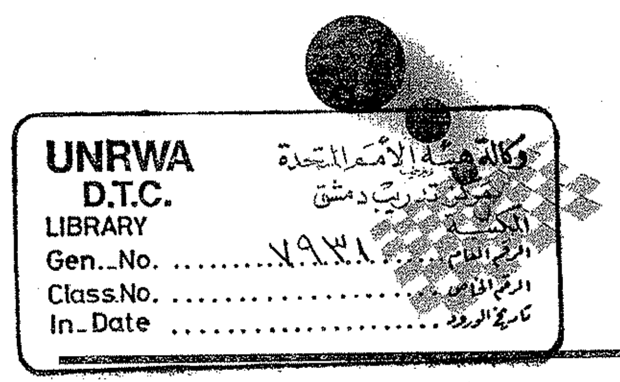
دورثي ليدز



مهارات الإدارة الحديثة

فن التحدث مع الآخرين بلباقة

Power Speak



المحتويات

تمهيد

عندما شرعت في تأليف هذا الكتاب لأول مرة، سألت نفسي: "لماذا تقتضي الحاجة تأليف كتاب جديد حول فن التحدث أمام الآخرين؟" ومن خلال عملي في مجال التدريب على التحدث أمام الآخرين، استعرضت العديد من الكتب المتاحة في هذا المجال فوجدت أنه لا يوجد كتاب واحد يجيب عن كل أسئلتي. فلتحقيق هذا الهدف، كنت سأحتاج على الأقل إلى أربعة كتب مختلفة، ولهذا قررت أن أقوم بتأليف كتاب يحتوي على كل المعلومات الضرورية لي ولطلابي وللشركات وللجمعيات التي أعمل بها. إنه ليس كتابًا يتعلق فقط بفن التحدث أمام الآخرين؛ وإنما يهدف أيضًا إلى تعليم الناس الذين يقومون بالتواصل مع الآخرين كيف يمكنهم جعل عملية التواصل أكثر جاذبية وأكثر إثارة وأكثر إلهامًا. فالشعار الذي يجب التمسك به دومًا "لا تكن مملاً".

إذن، فما الهدف من مراجعة الكتاب الآن؟ هل تغيرت طرق التحدث منذ عام ١٩٨٨؟ نعم ولا في نفس الوقت؛ فلا يزال الناس يرتكبون الأخطاء نفسها في الحديث ويتعثرون في النقاط الصعبة نفسها. وعلى الرغم من وجود الكثير من الأساليب التكنولوجية الحديثة التي تساعد الناس في جعل العروض التقديمية أكثر حماسة، فإن أساليبهم في التواصل لم تتحسن عما كانت عليه منذ خمسة عشر عامًا. ولقد تم نشر العديد من الكتب منذ ذلك الحين، ولكني لا أزال أرى أن هذه الكتب تفتقد إلى الكثير من المعلومات. ولهذا قررت أن أقوم بتحديث هذا الكتاب للأسباب نفسها التي من أجلها قمت بتأليفه.

ويشير عنوان هذا الكتاب إلى إضفاء اللباقة على حديثك – جعله أكثر إقناعًا – سواء أكنت تتعامل مع عملاء في شركة أم تتحدث إلى مرءوسيك أم تأمل في التحدث إلى رئيسك من أجل ترقية. ويتعرض العديد من الفصول في هذا الكتاب (وخاصة تلك الفصول المتعلقة بالقدرة اللغوية ولغة الجسد) للموضوعات التي يمكن استخدامها في كل معاملات الحياة اليومية، وليس فقط للكلام الخطابي.

كما أن هذا الكتاب ليس فقط لمن يريد إلقاء أحاديث رسمية. إنه للمدرسين وللبائعين ولكل من يعقد اجتماعات أو يشارك فيها؛ فهو يجعلنا على وعي بالأدوات المتاحة تحت تصرفنا. ومع ازدياد أهمية القدرة على الإقناع باعتبارها مهارة ذات قيمة، فإن هذا الكتاب يفي باحتياجاتنا.

ومن خلال سنوات عملي كممثلة ومديرة ومتحدثة، بحثت عن طرق سهلة لتوصيل المعلومات إلى الآخرين ومساعدة الآخرين في الاستفادة من قيمة التحدث كما نجحت أنا في الاستفادة منها. فمن خلال الكلمات والأسلوب المؤثر في الإلقاء، يمكن السيطرة على الجمهور.

وإذا لم يستطع المتحدث الاستحواذ على انتباه الآخرين، فإنه بذلك لم ينجح في التواصل معهم. ومهما كانت جودة الفكرة التي يعرضها المتحدث، إن لم ينجح في جعل مستمعيه يفهمونها ويقتنعون بها، فمعنى ذلك أنه لا يتواصل معهم. فلكي تكون متحدثًا مؤثرًا، لا بد من أن تكون مقنعًا. لا بد من أن تكون ماهرًا في التعامل مع الكلمات والأفكار، وهذا هو المفهوم الأساسي الذي يتم التركيز عليه في فن التحدث أمام الآخرين.

مقدمة

إذا لم تستطع معرفة محتوى الكتاب من تصميم غلافه، فإن العنوان قد يوضح بعضًا من مضمون الكتاب الذي سوف تقوم بشرائه. وهنا، تجدر الإشارة إلى أن هذا الكتاب يعدك بالكثير.

لقد تم تصميم هذا الكتاب ليكون وسيلة مساعدة شاملة لكل من يضطر إلى التحدث مع الناس، سواء في اجتماع مع رئيس أو مكالمة هاتفية أو عرض تقديمي رسمي لمئات الأشخاص. ويمكنك قراءة الفصول بحسب ترتيبها في الكتاب أو قراءتها كل على حدة بحسب احتياجك. وإذا قمت بتنفيذ كل المشروعات وملء جميع استمارات التقييم الذاتي وحل كل التمارين الموجودة، فإنك لا شك سوف تصبح متحدثًا بارعًا.

ويتعامل هذا الكتاب مع مشكلة غالبًا ما يواجهها كل فرد في مجال العمل اليوم: كيف تزيد من لباقتك وقدراتك الشخصية والمهنية من أجل زيادة ما تحققه من مبيعات أو الحصول علىَ وظيفة أفضل أو أن تكون أكثر تأثيراً في وظيفتك الحالية؟ إن الطريقة التي تتحدث بها تؤثر بشكل كبير على مدى فهم الآخرين لك في الاجتماعات وخلال المحادثات الهاتفية وفي كل علاقاتك اليومية.

إن كل إنسان يريد أن ينظر إليه على أنه قوي وواثق وحيوي ومقنع. وتشير كلمة "لباقة" المذكورة في العنوان إلى مدى فهم الناس وإدراكهم لما يقوله المتحدث: فنجد أن من يستطيع التواصل بكفاءة مع الآخرين يكون أكثر لباقة من نظيره الأقل كفاءة. وينطوي الوصول إلى هذه اللباقة والاستفادة منها على خطوتين وهما: إدراك أهمية التحدث مع الآخرين في المناسبات العامة وتطوير المتحدث لقدراته. ولقد تم تصميم هذا الكتاب لتطوير هذه القدرات بطريقة تختلف عن أي كتاب آخر موجود في الأسواق.

المنهج المتكامل لفن التحدث أمام الآخرين

لقد تم تصميم هذا الكتاب ليجيب عن كل الأسئلة التي تم طرحها علي خلال سنوات من التدريس وليشتمل على كل التقنيات العملية والمهنية؛ حتى يكون بمثابة المرشد المتكامل للنجاح في التحدث مع الآخرين. وينقسم الكتاب إلى الأقسام الستة التالية:

١- **الاستعداد:** يتناول هذا الجزء سبب إضافة التحدث مع الآخرين إلى قدرات الشخص وكيفية التغلب على الخوف علاوة على كيفية الإعداد لأحد العروض التقديمية بشكل كامل.

٢- **الأخطاء الستة الشائعة في الحديث:** يتناول هذا الجزء هذه الأخطاء وكيف يمكن تجنبها. إن هذا النظام في تحديد الأخطاء أكثر إفادة للمتحدث؛ لأن الناس تتعلم بصورة أسرع إذا كان تركيزهم منصب على ما يجب تجنبه عما إذا كان عليهم قراءة قائمة طويلة من الأشياء التي يجب تعلمها.

٣- **النقاط الصعبة:** هذا الجزء عبارة عن نظرة عميقة للأساليب الافتتاحية وأساليب الانتقال من فكرة إلى أخرى، بالإضافة إلى كيفية التعامل مع الأسئلة والإجابات ووسائل الإيضاح المرئية.

٤- **نصائح مفيدة:** تمتلئ هذه الفصول بنصائح الخبراء حول اللباقة وفاعلية الكلمات وأساليب استخدام اللغة وإضفاء روح الدعابة على الحديث بالإضافة إلى كيفية التعامل مع المكان الذي سيتم فيه إلقاء الحديث وتطوير لغة الجسد وأشياء أخرى كثيرة.

٥- **مواقف معينة للتحدث:** يتناول هذا الجزء كيفية التعامل مع وسائل الإعلام وإدارة المؤتمرات عبر الهاتف وشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى أسلوب قراءة الخطابات من نص مكتوب وعقد الاجتماعات وإدارتها.

٦- **كيفية استمرار المتحدث في تطوير أسلوبه:** يوضح هذا الجزء كيفية تدريب المتحدث لنفسه وتطويره لأدائه وتنقيحه، بالإضافة إلى ضرورة تشكيل المتحدث لأسلوب متميز خاص به.

ويغطي كل فصل موضوعًا ما والذي - إذا نجح القارئ في استيعابه - سيضيف إلى قدراته ولباقته كمتحدث. وللمساعدة في تعلم وتنفيذ هذه الآليات، فإن هذه الفصول تحتوي على تمارين ومشروعات تلقي الضوء على المفاهيم المهمة. وعلاوةً على ذلك، فإن هذا الكتاب يشتمل على قوائم واستبيانات لمساعدة المتحدث في تقييم المتحدثين الآخرين وتتبع مدى تقدمه واستعداده لكل المواقف المختلفة التي تتطلب منه التحدث أمام الآخرين.

إن هذا التنسيق التفاعلي يجعل من هذا الكتاب منهجًا حقيقيًا يمكن الاعتماد عليه في تعلم كيفية التحدث وتقديم العروض التقديمية. وإذا كان لديك الوقت للاستفادة من هذا المنهج، فلن تتعلم عن طريق قراءة محتوى الكتاب فقط ولكن عن طريق تنفيذ هذا المنهج قبل أن تبدأ في إلقاء خطابك القادم.

الجزء الأول

الاستعداد للتحدث ببراعة ولباقة

الفصل الأول

كيفية التحدث بمهارة أمام الآخرين

ما الذي يحضر إلى الذهن عند سماع عبارة "التحدث أمام الآخرين"؟ هل الحفلات الكبيرة وحوارات ما بعد العشاء؟ أو ندوات الموظفين التي يحاضر فيها أحد الخبراء عن بعض المجالات المهمة في العمل؟ أو خطابات السياسيين في وقت الانتخابات؟ أو أحد المتحدثين الذين يستخدمون شرائح برنامج PowerPoint المعقدة؟ كل هذه الإجابات صحيحة، ولكن الأحداث المهمة والأسماء الكبيرة لا تمثل إلا جزءاً واحداً يمكن الاستفادة معه من فن التحدث أمام الآخرين. فهذا الفن لا يفيد فقط في الخطب الرسمية، بل يمكن الاستفادة منه أيضاً في عدد لا حصر له من المواقف يومياً في لعمل.

ويؤثر التحدث مع الناس على كل نواحي المعاملات وعلاقات التواصل بين البشر؛ حيث إنه يعني القدرة على توصيل الأفكار إلى الآخرين وإقناعهم بها. وعلى الرغم من رفض معظم الناس الاعتراف بهذه الفكرة، فإنه على كل متحدث أن يعتمد على قدراته في الحديث سواء أكان ذلك في الاجتماعات أم عبر التليفون أم عند طلب زيادة في المرتب أم عند شرح الإجراءات لموظف جديد. ويوجد نوعان من أساليب التواصل في العمل: الأسلوب الكتابي والأسلوب اللفظي. وعلى الرغم من شكوى العديد من المهنيين والمديرين والموظفين من كمية المذكرات والبريد الإليكتروني الواجبة كتابتها، فإن تواصلهم اللفظي يكون بصورة أكبر.

بيد أنه يصر العديد من الناس على الفصل بين أسلوب الإلقاء الخطابي المنظم أمام الآخرين وأسلوب الحديث الذي يتناسب مع اجتماع فردي. وذلك حيث يعتقدون أن الأول حدث رسمي يتطلب إعداداً أما الثاني فيمكن فيه الارتجال. وقد يكون هذا صحيحاً، ولكن النتائج لن تكون ممتازة. ففي مجال العمل، نجد أن الأفراد الناجحين يعرفون كيف يستفيدون من اللباقة وفن التحدث عندما يتعاملون مع الآخرين بشكل لفظي. فمن يعتقد أنه ليست لديه القدرة على التحدث بطريقة جيدة أمام الآخرين في الشركات والمنظمات والجمعيات، لن يكون قادراً على إقناع الناس بأفكاره. وإذا كانت هذه فكرة هذا الشخص عن نفسه، فإن الراجح

أن الآخرين أيضًا لن يروه متحدثًا لبقًا؛ وبذلك يفقد ميزة مهمة يستفيد منها من يُعرف عنهم أنهم متحدثون بارعون، أو قد يحدث ما هو أسوأ من ذلك بأن يتكون لديهم الاعتقاد بأنه شخص ثقيل الظل وغير واثق من نفسه وضعيف.

فوائد التحدث بلباقة أمام الآخرين

إن فن الحديث الفعال ليس ظاهرة جديدة. فلقد كتب "توماس ماكولاي" في أحد كتبه الذي صدر عام ١٨٨٠ عن "ويليام بيت" الذي أصبح رئيسًا لوزراء إنجلترا في عمر الرابعة والعشرين قائلاً: "إن الحكومة البرلمانية هي حكومة تعتمد على فن التحدث أمام الآخرين بلباقة. وفي مثل هذا النوع من الحكومات، يكون ذلك الفن أهم السمات التي يتصف بها السياسيون. وقد يتصف بعضهم بهذه السمة، في أعلى المستويات، ولا توجد لديه بعض الصفات الأخرى كحسن تقدير الأمور والشجاعة أو لا يكون لديه أية مهارة في المجال الدبلوماسي أو في إدارة الحروب." ولهذا فإن "بيت" - الذي دائمًا ما كان يُشاد بموهبته الملحوظة في إلقاء الخطب - كان سياسيًا ناجحًا على الرغم من نقص خبراته ودهائه السياسي.

بصفة عامة، هناك العديد من المزايا التي يمكن أن تعود على المرء من القدرة على التحدث أمام الآخرين بلباقة. حيث إن امتلاك هذه القدرة يؤدي إلى الظهور؛ وكلما زادت طلاقة المتحدث في استخدام هذه القدرة وزاد ظهوره، ازداد إنجازه على المستوى المهني والمادي. ذلك لأن هذا الظهور الذي تمنحه قدرات التحدث مع الآخرين يصبح جزءًا حيويًا من إجمالي النمو المهني للفرد. فعلى سبيل المثال، كان هناك شخص يعمل بإحدى الشركات يترقى في الوظائف بسهولة وسرعة مذهلة، على الرغم من أن كفاءته تماثل كفاءة العديد من زملائه، إلا أنه كان متحدثًا بارعًا ومؤثرًا وهذه من أهم مميزاته التي لا يمكن إنكارها.

كذلك، كان هناك اثنان من الموظفين - رجل وامرأة - يعملان كمديرين في الدرجة نفسها بإحدى شركات التصنيع الكبرى. كانت الموظفة تتمتع بالقدرة على الإقناع؛ حيث درست فن التحدث مع الآخرين ونجحت في إدارة العديد من المؤتمرات المهمة وكانت تعرف كيف تتواصل مع الآخرين وتقنعهم بأفكارها. على الجانب الآخر، نجد أن الموظف كان متحدثًا ثقيل الظل. وبعد خمس سنوات، أصبحت الموظفة نائبًا لرئيس القسم بينما لا يزال زميلها الموظف مديرًا. قد لا تقتضي الحاجة التذكير بأنهما كانا على درجة واحدة من الكفاءة. ولكن إذا لم يستفد شخص ما من فن التحدث أمام الآخرين، فسيستفيد منه شخص آخر.

وهناك نقطة مهمة يجب توضيحها حيث يلجأ إليها المتحدثون دائمًا وهي أن التحدث مع الآخرين يعد بمثابة إعلان راقٍ؛ حيث يعرض الفرد قدراته دون الإفصاح عنها بوضوح.

لهذا يجب على المرء أن يستغل كل فرصة متاحة أمامه للتحدث؛ فإذا أراد شخص ما تفويض شخص آخر للتحدث بالنيابة عنه، فيمكنك أن تقوم بالتطوع للحديث. وإذا كان هناك شخص سيتحدث بالفعل، فيمكنك أن تتطوع لتقديمه للجمهور وبذلك يكون لك دور في الحديث. فعلى الإنسان أن يتحدث مع الآخرين كلما أمكنه ذلك، وكلما أكثر من فعل ذلك، أصبح واثقًا من ذاته وقادرًا على تحمل المسئولية.

الأخطاء الستة الشائعة في الحديث

لقد استمعت إلى مئات الخطب ولدي خبرة اثنين وعشرين عامًا في التدريس لمتحدثين محترفين والتشاور معهم، كما قمت بإدارة مئات من ورش العمل وبتدريب أكثر من عشرة آلاف موظف. وكلما استمعت إلى أحاديث الناس وخطبهم، ازداد إدراكي لنسق الأخطاء التي تؤدي إلى الحديث غير المؤثر. ومن ثم، اكتشفت أنه في كل هذه الخطب، يوجد ستة أخطاء شائعة تتكرر مرارًا حتى بين المتحدثين ذوي الخبرة.

وكلما قمت بتدريس فن التحدث مع الآخرين، ازداد اقتناعي بخطورة الأخطاء الستة في الحديث ومدى أهمية أن يدرك المتحدث هذه الأخطاء. وفي الاستفتاء الذي أُجري في شهر فبراير عام ٢٠٠١، تم طرح السؤال التالي على عينة ممثلة من ١٠١٦مواطنًا أمريكيًا "ما الذي سيساعدك على أن تكون أكثر نجاحًا في الحياة: معرفة نقاط الضعف فيك ومحاولة معالجتها أم معرفة نقاط القوة ومحاولة تطويرها؟" وبعد استعراض الإجابات، وجد أن ٥٢ في المائة يعتقدون أن سر النجاح يكمن في معرفة نقاط الضعف.

فإذا اشتمل الخطاب على أي من أخطاء الحديث – حتى إذا كان باقي الخطاب صحيحًا – فسيفقد الحديث معظم تأثيره. وهذه هي الأخطاء الستة الشائعة في الحديث:

١- عدم وضوح الهدف من الحديث؛ فقد يريد المتحدث حث الجمهور على عمل شيء ما ولكنهم لن يدركوا هذا من خلال حديثه غير الواضح.

٢- نقص التنظيم الجيد والتخطيط؛ فقد يكون الحديث غير منظم أو لا ينتقل من فكرة إلى أخرى بصورة منطقية.

٣- الإفراط في ذكر المعلومات في الحديث؛ قد يثقل الفرد على الحضور بالتفاصيل التي يكون بعضها متخصصًا ومعظمها غير ضروري.

٤- نقص الدعم والأدلة التي تبرهن على صحة الأفكار والمفاهيم والمعلومات الواردة بالحديث؛ فقد يملأ المتحدث حديثه بالعديد من الحجج ولكن لا يدعم أفكاره بقصص حية وأمثلة بارزة.

٥- الصوت الرتيب والحديث الممل؛ فقد يؤمن المتحدث بصحة موضوعه ويكون مهتمًا به، ولكن صوته وأسلوب حديثه لا يعكسان هذا الشعور.

٦- عدم الإيفاء باحتياجات الجمهور؛ فقد يركز المتحدث في حديثه على ما يهمه بدلاً من التركيز على اهتمامات الجمهور.

وترتبط هذه الأخطاء ببعضها، فيجب على المتحدث أن يحاول تجنب أحد هذه الأخطاء وبالتالي سيتجنب الباقي بصورة آلية. ويتطلب هذا بالطبع المزيد من الصبر والتدريب لتحسين قدراته في الحديث، ولكن إدراك هذه الأخطاء والتخلص منها يعطي الفرد ميزة تنافسية ويحسن من قدراته في الحديث بنسبة ١٠٠ في المائة.

النقاط الصعبة في الحديث

بالإضافة إلى الأخطاء الستة الشائعة في الحديث، توجد خمس نقاط صعبة يتعثر فيها المتحدثون باستمرار. وهذه النقاط تمر بصعوبة على المتحدث وقد يفقد فيها انتباه الجمهور بسهولة. وهذه النقاط الصعبة هي:

- **استهلال الحديث:** كيف يستحوذ المتحدث على انتباه الجمهور وهو يبدو قويًا واثقًا أمامه؟
- **ختام الحديث:** كيف يتجنب المتحدث الضعف الذي يطرأ على الحديث في الختام؟ هذا بالإضافة إلى الأساليب المستخدمة في مساعدة المتحدث على الاحتفاظ بانتباه الجمهور حتى بعد انتهاء الحديث.
- **أساليب الانتقال من فكرة إلى أخرى في الحديث:** وهذا هو الفرق بين حديث عادي وحديث جذاب.
- **الأسئلة والإجابات في الحديث:** كيف يحافظ المتحدث على توازنه وهدوئه في هذا الموقف مهما كانت مكانة الشخص الذي يطرح السؤال؟

● **وسائل الإيضاح المرئية:** إن استخدام وسائل الإيضاح المرئية بصورة سيئة يفسد الحديث؛ حيث تستحوذ على نسبة ٩٠ في المائة من انتباه الجمهور. فإذا تم استخدامها جيداً سيستحوذ المتحدث على ٩٠ في المائة من انتباه الحضور.

القاعدة الرئيسية: لا تكن مملاً

يعمل الكتاب على تأصيل قاعدة رئيسية لنجاح أي متحدث وهي: "لا تكن مملاً". فالجمهور قد يغفر للمتحدث أي شئ إلا أن يكون مملاً؛ حيث إن وظيفة المتحدث هي التشويق، وهذا ما يعطيه تأثيراً. فمدى تأثير المتحدث يعتمد على مدى قدرته في الاستحواذ على انتباه الجمهور، وعلى المتحدث أن يكون مثيراً ومسلياً ومتميزاً وبذلك سيرى الجمهور أنه متحدث بارع.

ويعتبر هذا الكتاب استراتيجية مختصرة تم اقتباسها من سنوات خبرة في الاستماع إلى المتحدثين وتدريبهم؛ حيث يحتوي على فصول وتمارين وقوائم تغطي كل النقاط المتعلقة بالحديث. كما أنه يعمل على ترسيخ الاعتقاد بأن قوة المتحدث تنشأ من الأحاديث التي تنجح في تشويق الجمهور وإثارته، وتعمل هذه العناصر على بناء كيان مؤثر؛ وهذا ما سيدركه من يعمل على تطبيق ما ورد في هذا الكتاب من أفكار. ويعتمد هذا الكتاب على ثلاث كلمات رئيسية وهي "لا تكن مملاً" كسلاح سري لا بد من أن يستوعبه كل متحدث.

الجذب والإثارة والتحفيز

يستطيع المتحدث جذب انتباه جمهوره بأن يكون شيقًا وألا يكون مملاً. كما يستطيع إثارة حماسهم ودفعهم إلى النشاط عن طريق الوصول إلى مشاعرهم – بأن يجعلهم يرون بعض الأشياء الفعلية ويحسون بها – حيث إن ما يحفز الناس هو الأسباب الشعورية أو الخوف وليس الأسباب العقلية. وعلى المتحدث أن يحفز الجمهور ويحثه على التفكير بأسلوب متفتح حتى يمكنهم استيعاب أفكاره.

فوائد التحدث مع الآخرين

توجد علاقة وثيقة بين الثقة في النفس والقدرة على الحديث. فكلما ازدادت مرات ومواقف التحدث مع الآخرين، ازدادت ثقة المتحدث بذاته – ليس فقط فيما يتعلق بقدرته على الإلقاء ولكن أيضًا جميع مهارات الحديث مجتمعة. حيث إنه عندما يتغلب المتحدث على مخاوفه بسهولة أكبر، يصبح لديه القدرة على إقناع الآخرين سواء أكانوا رؤساءه أم زملاءه أم ع

وتنمو ثقة الفرد بذاته مع كل حديث ومع كل شيء جديد يقوم بتجربته. فمنذ عدة سنوات، قررت أن أصبح متحدثة غير تقليدية، فوجدت أن الجمهور يحتاج إلى المزيد من التحفيز لكي يظل منتبهًا معي ومع كل من يتحدث. ولأن هدفي هو الاستحواذ على أكبر قدر من انتباه الجمهور، فإنني ابتكرت طريقة (الترفيه مع المعلومات) وهي طريقة فريدة تعمل على الربط بين المعلومات والترفيه. كما أنني كنت أريد أن أجد طريقة أستفيد فيها من معلوماتي المسرحية لكي أجعل رسالتي ممتعة وتثقيفية في الوقت نفسه، ولهذا ابتكرت برنامج (المسرح للتعليم) حيث عملت على إضافة أغاني وديكورات وأزياء إلى ورشة العمل. وللقارئ أن يتخيل كم كنت عصبية في المرة الأولى التي قمت فيها بتجربة هذه الفكرة؛ وخاصةً أن جمهوري الذي عرضت عليه هذا البرنامج لأول مرة كان عبارة عن قاعة مليئة بمجموعة من موظفي شركة IBM المعروفين بالحزم، حيث إن هذه الشركة هي أكثر الشركات تحفظًا على المستوى الثقافي.

ولكن ما جعلني أشعر بالراحة أنهم أعجبوا بهذا البرنامج مما أعطاني المزيد من الثقة للاستمرار وتطوير البرنامج. وليس كل ما قمت بتجربته كان يلاقي نجاحًا، ولكن معظم هذه التجارب كان ناجحًا. وباستخدام أسلوب المحاولة والخطأ، توصلت في النهاية إلى برنامج تثقيفي وترفيهي في آن واحد.

ولا يوجد شيء يغرس الثقة في المتحدث أكثر من تجربة شيء جديد وامتلاك الشجاعة على الوقوف أمام الجمهور؛ حيث إن كل خطوة نحو اتجاه جديد هي خطوة نحو بناء المزيد من الثقة.

وليست الثقة بالذات هي الفائدة الوحيدة للتحدث أمام الآخرين؛ ففي أثناء ندواتي وورش عملي، كنت أسأل المشاركين عن الأشياء التي يمكن اكتسابها من خلال زيادة القدرة على الإقناع عند التحدث، وهذه بعض الإجابات:

المصداقية – الراحة – الشخصية القوية – الوضوح – التعامل مع العملاء – الاستمرار – الجاذبية – التميز الوظيفي – الإبداع – اكتساب علاقات – الفاعلية – الروابط – الشجاعة – النقود.

إذن كيف يستطيع المتحدث اكتساب الفائدة من التحدث أمام الآخرين؟ يستطيع المتحدث اكتساب هذه الفائدة – الثقة – عن طريق التعامل مع كل فرصة للحديث على أنها فرصة قيمة لإقناع الجمهور بطريقة مؤثرة مما سيساعد في تشكيل انطباع الآخرين عنه. ويعمل هذا

الكتاب على تعليم المتحدث كيفية استخدام أدوات الحديث الشيق في أي اجتماع أو حوار، وهذه الأدوات هي: الاستعداد والتنظيم والتركيز والترابط والتدعيم الكافي للأفكار والانتباه إلى احتياجات الجمهور مهما كان حجمها.

يتسم هذا المنهج الواعي لفن التحدث مع الناس بأنه منهج تخطيطي؛ فهو منهج مصمم ليمكن المتحدث من السيطرة على مواقف التحدث أمام الآخرين. حيث إن فن التحدث أمام الآخرين يعطي دعمًا حقيقيًا للمتحدث لتقدير ذاته؛ فمن لديهم القدرة على التحكم في فاعلية التواصل اللفظي، يصبحون أكثر ثقة بالذات. وينظر الناس إلى من لديهم القدرة على الإقناع على أنهم قادة. حيث إن القدرة على التحدث بوضوح وإقناع وتشويق هي مهارة مطلوبة.

على ذلك، استمر في القراءة وابدأ في النظر إلى العمل اليومي بصورة مختلفة – ليس على أنه سلسلة من الحوارات العشوائية، ولكن على أنه فرص متعددة لتطوير مهاراتك كمتحدث بارع. وأول ما سنبدأ بمناقشته بعمق في الفصل التالي الخوف من التحدث أمام الآخرين؛ فعندما يستطيع المتحدث التخلص من الخوف، سوف يجني الثمار التي يتمتع بها المتحدثون البارعون.

الفصل الثاني

كسر حاجز الخوف

في أحد مراكز تطوير الذات والتطور الوظيفي التي كنت أقوم بإدارتها، عملت عن قرب مع مجموعة من منظمي الاجتماعات للتعرف على اهتماماتهم واحتياجاتهم. وقد كان أفراد هذه المجموعة مهتمين بتحسين أوضاعهم داخل المنظمات التي يعملون بها، ولكنهم طلبوا مني أيضاً عدم الإسهاب في مناقشة فن التحدث أمام الآخرين. على أية حال، فإنني قمت بعقد مناقشة حول فن التحدث أمام الآخرين، وطلبت من المشاركين إلقاء خطبهم. وفي النهاية أشار التقييم إلى أن فن التحدث أمام الآخرين كان أهم العناصر التي استفاد منها المشاركون واعترف بعضهم أن سبب رفضهم لمناقشة هذا الفن هو الخوف من التحدث أمام الآخرين.

ووفقًا لما ذُكر في أحد الكتب، فإن أكثر شيء يخاف منه الإنسان في هذا العالم هو التحدث أمام الآخرين – وليس الحشرات أو المرتفعات أو المياه العميقة أو حتى الموت.

ما الذي نخاف منه؟ ما الذي يمكن أن يفعله الجمهور للمتحدث؟ إن إدراك السبب الذي يجعلنا نخاف من مواجهة الجمهور يعتبر أول خطوة نحو السيطرة على هذا الخوف.

أسباب الخوف من التحدث أمام الآخرين

الشعور بالوحدة تحت الأضواء

إن المتحدث يكون بعيداً عن الجماعة؛ حيث إن الناس يشعرون بالارتياح داخل الجماعة أكثر من أن يكونوا قادة لها. فبهذه الطريقة، لا تكون الأضواء مسلطّة عليهم ويمكن للآخرين أن يديروا الحديث إذا نفذت أفكار المتحدث. إن التحدث أمام الجمهور يعزل الفرد عن الناس ويجعله بعيداً عن زملائه ومختلفًا عن الآخرين؛ حيث يكون هو الشخص الوحيد الذي لديه شيء لكي يقوله. ويستمتع بعض الناس بانتباه الآخرين إليهم بينما يراه البعض الآخر شيئًا مرعباً. وتكمن الخدعة في أن يقبل المتحدث أن يكون منفرداً وبعيداً عن الآخرين، ولكن هذا يكون بشكل مؤقت إذ أنه ربما يرى في الأمر بعد ذلك شرفًا له. ولذا، فإنه على كل متحدث أن يرى هذا الموقف على أنه شيء مشرف لأن هذا سيؤثر على مدى نجاحه.

وإذا لم ينظر الفرد إلى تسليط الأضواء عليه على أنه حاجز، فهذا سيساعده كثيراً. حيث نرى بعض المتحدثين الجدد يحاولون تضخيم عزلتهم في أذهانهم مما يعطيها شكلاً مبالغًا فيه. ويجب على المتحدث ألا يفكر في نفسه بل يفكر في جمهوره. وعندما يدرك أنه ليس معزولاً وأنه جزء من المجموعة التي يخاطبها – مجموعة تريد أن تستمع إلى ما سيقوله – فسيذهب بعض ما بداخله من الخوف.

الأداء

يعتبر الحديث أمام الجمهور حواراً من طرف واحد، وذلك فيما عدا الحوارات التي تعتمد على الأسئلة والأجوبة. ولهذا فإنه من الصعب معرفة مدى تجاوب الجمهور مع المتحدث؛ حيث لا يستطيع المتحدث التأكد من متابعة الجمهور له. ويستطيع المتحدث أن يرى عيونهم، ولكن لا يستطيع معرفة ما يفكرون فيه. فقد يترك أحد الحاضرين القاعة وعندها يشعر المتحدث بالحرج حتى ولو كان هذا الشخص خارجًا لإجراء مكالمة هاتفية.

إن عدم القدرة على معرفة مدى تجاوب الناس مع الحديث ومن ثمّ معرفة موقف المتحدث يجعله مشتتًا. إن كل الناس وليس فقط من يقومون بإلقاء الخطب يحتاجون إلى معرفة رد فعل الآخرين تجاه أفكارهم.

وعادةً ما يستقبل المتحدث ردود الأفعال بعد انتهاء حديثه. ولأنه يعرف ذلك، فإنه يشعر بالتخبط؛ حيث إن عدم معرفة رد فعل الجمهور يفسر العصبية الشديدة التي يعاني منها المتحدثون – فالمعرفة السابقة تعني الاستعداد الجيد. ويجب أن يكون المتحدث مستعداً للوقفات وفترات الصمت القصيرة حتى لا يبدو الأمر غريبًا عليه أمام الجمهور. وتختلف ردود أفعال الجمهور، فيجب على المتحدث ألا يتوقع ردود الأفعال نفسها من جمهور متخصص في موضوع الحديث وجمهور لا يعرفه. كذلك، يجب على المتحدث ألا يخطئ قراءة ردود الأفعال بسبب العصبية الشديدة؛ فقد يدل الصمت على التفكير العميق والاقتناع، كما أنه قد ينبهه إلى شعور الجمهور بالملل.

ولقد رأيت في إحدى المرات متحدثًا يخاطب مجموعة صغيرة يجلسون في حجرة دراسية، وكان هناك رجل يبدو وكأنه لا يعير الأمر انتباهًا؛ حيث كان طوال وقت الحديث منهمكًا في بعض الأعمال الأخرى، وفي أثناء فترة الراحة سأل الحاضرون المتحدث لماذا لا يبدو غاضبًا من هذا الرجل، فأجاب المتحدث بأنه كان منتبهًا فقط إلى المهتمين من الجمهور.

ولكن بعد انتهاء الندوة، قام هذا الرجل وعرَّف نفسه على أنه مراسل صحفي، وقال إن أسلوب المتحدث قد أعجبه وسوف يكتب مقالاً عن هذا الحديث كما شكر المتحدث. تجدر الإشارة إلى أنه ينبغي ألا تحاول تخمين معنى ردود أفعال الجمهور. فالقلق بشأن من يبدو أنهم لا يستمعون يقلل مما تتسم به من فاعلية، لأنهم ربما يكونون هم الأكثر إنصاتًا.

إنه لشيء عجيب كيف أننا نهتم بالتفكير في السلبيات ولا نهتم بالإيجابيات. فلو أعجب ٩٩ شخصًا من مجموع مائة حاضرين بالحديث وكان هناك شخص واحد فقط لم يعجبه الحديث، فإننا نهتم بالتركيز على رأي هذا الشخص. وإذا كان هناك شخص واحد من المائة الحاضرين لا يعير انتباهًا للحديث، فنحن لا نهتم إلا به. ولكن كما أوضحت من قبل، إننا لا نعرف ما يدور بذهن المستمع كما أن رأي شخص واحد فقط هو مجرد رأي وليس حقيقة. وكلما تحدث الفرد أكثر، تعلم أن يتقبل المجاملات وأن يضحك من السلبيات.

نقص الموهبة

كلما أخبرت أحدًا أنه يمكن أن يصبح متحدثًا بارعًا، أسرع بالاحتجاج قائلاً: "إنه شيء لا يمكن تعلمه؛ إنها موهبة يولد بها الفرد" لا، فالأمر ليس كذلك. إن فن التحدث مع الناس ليس موهبة فطرية، ولكنها مهارة مكتسبة عن طريق العمل الجاد والتدريب. وكأية مهارة مكتسبة، يوجد بعض الناس أفضل من غيرهم ولكن أي شخص يمكن أن يؤدي هذه المهمة بنجاح.

على سبيل المثال، لو أن أحدًا أخبرني منذ ٢٠ عامًا أنني – بصوتي الهامس وخوفي من الناس – سوف أستمتع بفن التحدث أمام الآخرين، لم أكن لأصدق كلمة واحدة. إن هذا الأمر حقيقي، فإن أهم أنواع القدرات التي سيكتسبها الفرد من التحدث أمام الآخرين هي القدرة على تغيير مفاهيم الفرد عن ذاته ناهيك عن مفهوم الآخرين عنه.

إن إلقاء خطبة لا يعتبر حدثًا عاديًا؛ فالمتحدث الذي يتوقع أن يمر الأمر عليه بسهولة يخدع نفسه، وقد يصعب التصديق أن أكثر المتحدثين براعة وخبرة لا يزال لديهم الشعور بالرهبة. لذا، لا يجب أن يتوقع المتحدث الراحة أو ينتظرها، ولكن يجب أن يتوقع الإثارة العصبية والطاقة الناتجة عن الحدث. وبمعنى آخر، يجب عليه أن يستخدم الخوف لصالحه؛ حيث ترتبط جاذبية الشخصية بإفراز الأدرينالين.

الاستفادة من الخوف

إن الخوف هو طريقة طبيعية لحماية الفرد. وذلك حيث تستثير المواقف الجديدة والخطرة استجابات "المقاومة أو الهرب"، فتتسارع ضربات القلب وتتوتر العضلات ويعمل إفراز الأدرينالين الناتج على إعداد الجسم لأي جهد زائد قد يحتاج إليه. وسواء كان الفرد يواجه خوفًا حقيقيًا أو خياليًا، فإن التوتر الجسدي والانفعال العاطفي يظل كما هو. وهذه هي النصيحة التي يستفيد منها المتحدثون: كلما ازداد إفراز الأدرينالين، ازدادت درجة التنبه مما يساعد في ابتكار أفكار وحقائق وأساليب جديدة. وفي الواقع، إن أفضل الأفكار تتبادر إلى ذهني أمام أكثر أنواع الجمهور فظاظة، وهذه هي فائدة الأدرينالين.

من ناحية أخرى، فالعصبية تضيف إلى الحديث التميز والعاطفة، وهذا ما يجب أن يتوفر في الحديث الجيد. وهذا هو الحال دائمًا؛ فمنذ ٢٠٠٠ عامًا قال "شيشرون": إن كل الخطب الجيدة المتميزة تتسم بالعصبية. ولكن كيف نميز بين العصبية المحفزة والخوف المضر؟ يمكن معرفة ذلك إذا استطاع المتحدث إدراك واستيعاب المخاوف الأربع التي يشترك فيها جميع المتحدثين وهي:

- الخوف من ضعف الأداء
- الخوف من الجمهور
- الخوف من الوقوع في الحرج
- الخوف من عدم كفاءة المادة المعروضة

كيفية التعامل مع المخاوف الأربع الخاصة بالتحدث أمام الآخرين

الخوف من ضعف الأداء

يجب أن يعرف المتحدث أنه ليس الشخص الوحيد الذي يعاني من هذا الخوف؛ فإن القلق بشأن الأداء صفة يتسم بها المتحدثون يستوي في ذلك الجدد والذين لديهم خبرة. على سبيل المثال، بعد خبرة ٥٠ عامًا من التمثيل أعلن أحد الممثلين أنه ما زال يخاف من السطور الافتتاحية وكان يقلق بشأن ضعف أدائه.

القدرة على الاحتفاظ بالخصوصية

يعتبر التحدث أمام جماعة ما أحد أهم الأحداث العامة بالنسبة لأي متحدث، ولكنه يستطيع الاحتفاظ ببعض خصوصيته. فعليه ألا يُظهر عصبيته وأن يحتفظ بها لنفسه، فليس هناك فائدة من أن يعرف الآخرون إحساس المتحدث بالقلق. وإذا أظهر المتحدث ثقته بنفسه، فسيشعر بها فعلاً، فعليه ألا يبدو عصبياً.

في فصول تدريس فن التحدث أمام الآخرين، يظهر ٩٥ في المائة من الحاضرين دهشتهم عندما يشاهدون شرائط فيديو لهم وهم يلقون خطبة لأنهم لا يشاهدون على الشاشة العصبية التي كانوا يشعرون بها. يجب أن يصدقوا الكاميرا وأن يثقوا في استجابات الجمهور الإيجابية. ويعني التخلص من الخوف إدراك المتحدث أن الشعور بالعصبية ليس بالأمر الخطير؛ فالجمهور لا يعرف مدى العصبية التي يشعر بها المتحدث، ولن يستطيع أن يراها أيضًا.

استخدام التصور الذهني الخلاق

إن توقع الشيء قد يؤدي إلى حدوثه؛ فلو افترض المتحدث أن الجمهور عدواني، سيتصرف بطريقة دفاعية وفجائية مما يفقده جمهوره ويباعد بينه وبينهم. وبدلاً من ذلك، يجب عليه أن يعمل على تكوين صورة ذهنية عن الشكل الذي يريد أن يظهر به. والتصور الذهني الخلاق أسلوب يستفيد منه كثير من المؤدين والمتحدثين أمام الآخرين. على المتحدث أن يُغلق عينيه ويتذكر النقاط الإيجابية ورد فعل الجمهور في آخر حديث له، وأن يتخيل أن الجمهور سيتصرف بطريقة ودودة. كما يجب عليه أن يضع هذه الصورة في ذهنه على أنها حقيقة. ويعتبر أسلوب التصور الذهني طريقة جيدة لتجربة أساليب فكاهية وافتتاحية جديدة قد يكون المتحدث خائفًا من استخدامها؛ فتخيل رد فعل الجمهور الإيجابي يمثل نصف الطريق للوصول إلى ذلك.

وعلى سبيل المثال، نجد أن لاعب الغطس الأوليمبي "جريج لوجانيس" كان يتصور في ذهنه غطسة جيدة وهو لا يزال على منصة الغطس – اللوح الخشبي الذي يساعد في دفع اللاعب عند الاصطدام به – وكان "لوجانيس" ينجح في الغطس بمهارة ومن ثمّ كان يحصل على ميداليات ذهبية. إن مفتاح الوصول إلى الحديث الجيد هو تصور النجاح. عندها، سيكون كل شيء على ما يرام. فكلما أتحدث، أتصور نفسي متحدثة

شيّقة جذّابة وممتعة. ولكي يصل المتحدث إلى هذا التصور، لا بد من أن يتحكم في هذه الصورة الذهنية وألا يجعل تفكيره في الجمهور يؤثر عليها.

يجب على المتحدث أن يتصور الدور الذي يريده وأن يقوم بتمثيله. كما يجب ألا يقلق بشأن بعض التظاهر، فلكل فرد منا جوانب لشخصيته. وإذا أراد المتحدث أن يُظهر ثقته، فعليه بالتدريب وستصبح الثقة صفة طبيعية حيث يساعد التصور في اكتساب الثقة.

■ استخدام الجسم

كما يساعد التصور الذهني المتحدثين، فهذه التمارين الثلاثة ستساعد على الشعور بالتحسن الجسدي:

١- **التنفس الصحيح:** يجب على المتحدث أن يركز على التنفس عن طريق الأنف باستخدام الحجاب الحاجز، فالتنفس عن طريق الأنف يساعد على ألا يكون الفم جافًا.

٢- **الاسترخاء التدريجي:** على المتحدث أن يقوم بشد أجزاء مختلفة من الجسم بدءًا من القدمين، ثم يقوم بالاسترخاء مما يساعد في التخلص من الكثير من التوتر والعصبية.

٣- **التخفيف من إجهاد الرقبة:** على المتحدث أن يقوم بتحريك رأسه دائريًا من الكتف إلى الكتف الآخر؛ وهذا يساعد على استرخاء الحنجرة والحبال الصوتية.

ويمكن البدء في عمل هذه التمارين في المكان الذي سيقوم فيه المتحدث بإلقاء الحديث.

■ ممارسة التمارين التالية

١- **التنفس:** إن أهم الأسباب التي تجعل التنفس عن طريق الأنف عاملاً مهمًا في التخفيف من حدة الخوف هو أن القنوات الأنفية مرتبطة بالجهاز الطرفي وهو الجزء من المخ الذي يتحكم في الانفعالات. ويعمل التنفس العميق على تهدئة الانفعالات والتحكم في العصبية.

٢- **الإدراك:** لا يهم ما يحدث للفرد بقدر ما يهم إدراكه له. فيمكن أن يتعرض شخصان للتجربة نفسها في الوقت نفسه، ولكن ينظر أحدهما إليها على أنها فرصة جديدة ويراها الآخر تجربة مخيفة.

ويعتبر فن التحدث أمام الناس خبرة إدراكية. فكلما ازداد إدراك المتحدث أن الجمهور يقف منه موقف الحكم، زادت حدة عصبيته. في معظم الحالات، لا يكون هدف الجمهور الحكم على من يحدثهم - إنهم موجودون للتعلم أو للترفيه - وهم يريدون من المتحدث أن يكون جيداً. فيجب على المتحدث التركيز على ما سيقوله لهم بدلاً من التفكير في ما يعتقدونه عنه.

٣- **إثارة الحماس:** على المتحدث أن يتخيل نفسه ليس كما هو ولكن كما يريد أن يكون. ويجب عليه أن يتخيل تصفيق الجمهور عند الانتهاء من الحديث حتى قبل البدء في الإلقاء. يجب الاستعانة بالتصور الخلاق في كل فرصة مناسبة من الوقت الخالي؛ ليس فقط قبل إلقاء الحديث.

٤- **الاستعداد:** يعتبر الاستعداد شيئًا مهمًا، ولذا أفردنا له الفصل التالي كله. يجب على المتحدث أن يتذكر أنه لا يوجد شيء مخيف مثل المجهول. ولكنه يكون على أهبة الاستعداد عندما يكون على دراية تامة بالموضوع الذي سيتحدث عنه. على ذلك، قد يحتاج إلى عمل قائمة بكل الأشياء التي سيستخدمها ووسائل الإيضاح المرئية وبكل ما سيحتاجه في الحديث، كما أنه سيكون مستعداً إذا اعتاد على المكان الذي سيتحدث فيه.

٥- **التدريب:** كلما تدرب المتحدث أكثر، ازداد تحكمه في أسلوب الحديث وقلت حدة عصبيته. وإذا لم يتدرب المتحدث، فلن يظهر بصورة جيدة. أما إذا تدرب، فسيكون أكثر ارتياحاً أمام الجمهور مما يؤدي إلى شعورهم بالراحة.

■ تدوين الملاحظات المهمة

يساعد تدوين الملاحظات المهمة المتحدث على تنظيم المعلومات بما فيها كل الأفكار التي يريد مناقشتها، كما تساعده هذه الملاحظات في السيطرة على المواقف الصعبة. وسوف يوضح الفصل الرابع والعشرون بالتفصيل كيف تضيف هذه الملاحظات إلى مستوى الراحة والثقة، كما أن هذه الملاحظات تعمل على تذكير المتحدث وطمأنته.

الخوف من الجمهور

يجب أن يعرف المتحدث أن الجمهور لا يريد إيذاءه، بل أنه قد يكون مسروراً بالاستماع إلى حديثه. إن كل ما يريده الجمهور هو الاستماع والتعلم، ويزداد إنصاته كلما ظهر المتحدث

واثقًا من نفسه ومتزنًا. ويستطيع المتحدث البارع إقناع الجمهور بثقته مهما كانت شدة عصبيته؛ فمن الصعب أن يشعر الجمهور بالراحة ما لم يكن المتحدث واثقًا ومتزنًا مما يساعده على اكتساب تقدير الجمهور.

وفي أحد المؤتمرات عن الخوف المصاحب للصعود على المسرح، أشار عازف موسيقي بأوركسترا باليه مدينة نيويورك إلى أن كيفية إدراكنا للجمهور تؤثر على درجة الخوف والعصبية، وقام بتقسيم هذا الإدراك إلى ثلاثة أنواع من القلق فهناك قلق بدرجة منخفضة وقلق بدرجة متوسطة وقلق بدرجة مرتفعة. ففي القلق منخفض الدرجة يعاني المتحدث من بعض العصبية ولكنه يرى الجمهور محايداً. وفي القلق متوسط الدرجة يفترض المتحدث أن الجمهور لديه آراء سلبية ويبدأ في التشويش عليهم ويتحاشى أي اتصال عن طريق العين. أما في القلق مرتفع الدرجة، فيتمادى المتحدث في الخطأ وينظر إلى الجمهور على أنه عدائي ويتصيد له الأخطاء.

■ التعرف على الجمهور

في كل الحالات السابقة لا يختلف الجمهور ولكن يختلف عقل المتحدث. وتتمثل إحدى الطرق لتجنب ذلك في التفكير في الجمهور بدلاً من التفكير في الذات. فكلما ازدادت معرفة المتحدث بجمهوره، نظر إليه على أنه صديق وأصبح أقل عصبية. فيجب على المتحدث أن يعرف ثقافات الجمهور واهتماماته واحتياجاته وأن يحدد مدى استفادتهم من حديثه وأن يحاول إمتاعهم به.

■ وجود العاطفة

إن ابنتي "لورا" ليست متحدثة، ولكنها تحدثت بمنتهى الثقة إلى مجموعات مكونة من ٣٠٠ فرد عن أهمية الدفاع عن النفس. لقد قالت إنها كانت تهتم بالموضوع وبمساعدة الجمهور في تعلم الدفاع عن النفس حتى أنها لم تفكر في العصبية.

■ توصيل الإثارة للجمهور

يجب على المتحدث التركيز على الرغبة في أن يقول للجمهور شيئًا ما – شيئًا يستحق وقته ووقتهم. وهذا النوع من الإثارة ينتقل إلى الجمهور؛ فالتركيز على تعليم الجمهور شيئًا حيويًا يجعل المتحدث يفكر في هذا الشيء بدلاً من التفكير في ذاته – وهذا هو العلاج الأمثل للخوف.

■ **الخبرة**

إن الملاحظة الأخيرة عن الخوف من الجمهور هي تذكر الحقائق. فعندما تتم دعوة شخص للحديث في موضوع ما، فهذا يعني أنه أكثر دراية به من الجمهور وأنه لديه القدرة على تغطية جوانبه كافة بشكل أفضل من الآخرين. وكما اعتاد "ايثل ميرمان" نجم مسارح "برودواي" أن يقول: "لو استطاع الجمهور الأداء بطريقة أفضل مني لصعدوا للغناء على خشبه المسرح".

الخوف من الوقوع في الحرج

يخاف الكثير من الناس من الحديث لأنهم يعتقدون أنهم سيفعلون شيئًا غبيًا – كأن يتلعثموا أو يتعثروا أو ينسوا أهم نقطة في الحديث. إنهم على حق فدائمًا ما تحدث أشياء محرجة مثل تلك.

ولكن الجانب الإيجابي هنا أن الجمهور يدرك تمامًا أن كل الناس تقع في الخطأ. وما يريد الجمهور معرفته هو كيف يمكن للمتحدث أن يتعامل مع هذه الأخطاء.

فعلى سبيل المثال، اعتاد بعض الأشخاص أن يقولوا لي إن أكبر مخاوفهم هو القلق من المظهر العام وعندها فكرت قائلةً لنفسي: "هذا أحد الأشياء التي ينبغي ألا أقلق بشأنها."

وبعد شهرين، وبينما كنت على المسرح ألقي خطابي وبعد مرور ساعة من الخطاب، رفع أحد الحاضرين لافتة مكتوبًا عليها "هناك شيء ملتصق ببنطالك" وعندها احمرّ وجهي ولم أعرف ماذا أفعل. فذهبت إلى الركن وأزلت هذا الشيء ثم عدت إلى مكاني بطريقة مسرحية أعجبت الجمهور. بذلك، استطعت أن أجعلها لحظة ممتعة استمتع بها الجمهور وأصبح لديه الثقة في أنني أستطيع التعامل مع أي شيء آخر قد يحدث. إن الجمهور يريد أن يثق بالمتحدث، لأنه عندما يقف أمامه فهو الذي يوجهه ولا يريد من المتحدث غير الاهتمام به. من ثم، سيتفهم الجمهور الموقف إذا أخطأ المتحدث، ولكنه لن يتفهم إذا خذله هذا المتحدث.

الخوف من نقص جودة المادة المعروضة

إن هذا هو أسهل المخاوف التي يمكن التغلب عليها بسهولة؛ لأن المتحدث يستطيع التحكم في إعداد الحديث والمحتوى. فلن يتعرض للمفاجآت إذا قام بدراسة الموضوع جيداً.

الاهتمام بتنسيق الحديث

يجب على المتحدث أن يفعل ما عليه بالبحث والتحضير. وكلما كان التحضير متكاملاً، اقتنع المتحدث بمدى جودة المادة المعروضة. ويجب عليه أن يراجع حديثه حتى يدرك تماماً أنه مشوق ويستحق اهتمام الجمهور وله مغزى يتناسب مع احتياجاته، وبعد ذلك يقوم بتحريره. ويرى كل الكتّاب البارعين أنه ليس أروع من الكتابة الجيدة إلا إعادة الكتابة.

وستغطي فصول أخرى من الكتاب تنظيم وإعداد الحديث، ولكن التخطيط ما هو إلا نصف المهمة، أما التدريب فهو ما يوصل إلى النصف الآخر.

الخوف من الجديد

دائماً ما يخاف المتحدثون ذوو الخبرة من تجربة شيء جديد كتغيير أسلوب افتتاحي جيد اعتادوا عليه أو إضافة مواد جديدة لم يتم اختبارها. وكما أن الحديث مع الآخرين قد يبدو مخيفاً، فمن المهم اتخاذ المخاطرة. ففي المرة الأولى التي اضطررت فيها إلى إعطاء توجيهات جسمانية للجمهور كنت عصبية للغاية؛ فقد تطلّب العرض التقديمي عند نقطة معينة أن أطلب من الجمهور التحرك إلى جوانب الحجرة. وكنت مذعورة مخافة ألا يتحرك أحد، ولكني واصلت حديثي ولم تحدث أية مشاكل. فعلى المتحدث ألا يدع الخوف يعوقه عن تجربة شيء جديد لتحسين الأداء في عروضه التقديمية.

التدريب والوصول إلى الإتقان

اعتاد "آرثر روبينشتاين" عازف البيانو المشهور أن يقول: "إذا لم أتدرب ليوم واحد؛ أنا من سيشعر بالفرق، وإذا لم أتدرب ليومين؛ فإن النقاد سيشعرون بالفرق، وإذا لم أتدرب لثلاثة أيام؛ سيشعر الجمهور بالفرق ويدرك تأثير ذلك على أدائي."

يجب على المتحدث أن يتدرب حتى يشعر بالثقة بنسبة ١٠٠ في المائة؛ فكل دقيقة من الحديث تتطلب ساعة من التدريب. ويتطلب التدريب الممارسة في أماكن مختلفة وأوقات مختلفة بالإضافة إلى تجربة أساليب جديدة للحديث. ويكون ذلك أمام مرآة أو باستخدام شريط تسجيل أو أمام مجموعة من الأصدقاء – أو أمام كل من لديه وقت للاستماع.

حتى بعد التدريب، يجب مراجعة الحديث والاحتفاظ به حاضراً في الذهن. فبعد ألفي مرة من أداء مسرحية "عطيل"، نسي السير "لورانس أوليفير" الأبيات الخاصة به، وقد شعر أن هذه رسالة إلهية حتى يظل متيقظًا دائمًا. فكل خطاب يلقيه المتحدث لا بد وأن يبدو وكأنه يلقى لأول مرة، مهما كان عدد مرات إلقاء هذا الخطاب من قبل.

بالطبع، يعتبر التحدث أمام الآخرين أفضل أنواع التدريب؛ فكلما تحدث الفرد أمام الآخرين أكثر، تحسن أداؤه. ولكن يجب على المتحدث ألا ينخدع بتوقع نتائج مبهرة. إن التحدث أمام الآخرين فن يتحسن بمرور الوقت، وعلى المتحدث أن يستمر في التدريب وربما يكون عصبياً ولكنه سيتحسن.

السيطرة على الخوف

قد لا يكون الخوف شيئًا محبذًا ولكنه طبيعي، وكل متحدث ناجح له أسلوبه في السيطرة على الخوف. فنجد أن الكثير من الشخصيات المشهورة يتبع أسلوباً معيناً للتخلص من الخوف. فأحدهم، على سبيل المثال، يتخيل عندما يتحدث كما لو أن أحداً لا يجلس أمامه أو أنه يخاطب المرآة. والمقصود هنا، أنه على الرغم من أن عقل المتحدث قد يبدو منشغلاً قبل الحديث مما يملأه بالخوف، لكنه يستطيع مواجهة ذلك بأساليب تخيلية تجعله يشعر بالثقة والسيطرة على الموقف.

الثقة بالنفس

للخوف جوانبه الحسنة؛ وبالرغم من صعوبة فن التحدث أمام الآخرين، فإنه يضيف إلى قدرة المتحدث الواثق من ذاته. ذلك لأن الناس يصفون الشخص بالثقة والمعرفة إذا كان لديه القدرة على هزيمة الخوف من الحديث. حيث تنبع الثقة من داخل الإنسان؛ وإذا اعتقد المتحدث أن لديه القدرة على أن يكون متحدثًا واثقًا بذاته، فهذا سيساعده في اكتسابها.

وتتمثل أفضل طريقة لتعزيز الثقة بالنفس قبل الحديث أو العرض التقديمي في التفكير بإيجابية. فيجب على المتحدث أن يملأ عقله بالأفكار الإيجابية وأن يكرر لنفسه كل العبارات الإيجابية مثل: "أنا متزن ومستعد ومقنع وإيجابي وماهر. أنا أشعر بالاتزان والثقة والإقناع والسيطرة."

طرق التغلب على حاجز الخوف

- الاعتراف بالخوف وإدراك مصدره
- استغلال الطاقة التي يفجرها الخوف
- إدراك أن الخوف شيء طبيعي لكل المتحدثين
- ضرورة عدم إظهار الخوف
- التصور الذهني أن الفرد متحدث بارع
- رؤية الجمهور على أنه صديق والتركيز على احتياجاته
- التحدث عن شيء يهتم به المتحدث
- الجمع بين التحضير والتدريب
- ابتكار أساليب للسيطرة على الخوف
- التفكير بإيجابية عن الذات

إذا وضع المتحدث هذه الخطوات في عقله، فسيقلل من شأن الخوف ويستفيد من الفرص التي تنتظره لرفع درجته في العمل عندما يصبح متحدثًا بارعًا ومقنعًا.

نصائح مهمة: التعامل مع الخوف

١- على المتحدث أن يضع خطة عمل للسيطرة على الخوف؛ فعلى سبيل المثال: إذا كان الصوت يرتعش في أثناء الحديث، فعليه أن يتدرب على التنفس العميق في المرة القادمة وأن يكتب ملحوظة بذلك لكي يستفيد بها قبل كل حديث.

٢- على المتحدث ألا يترك فرصة للحديث إلا ويغتنمها وأن يقوم بتدوين مواعيد ثلاث فرص يمكن أن يتطوع فيها بالحديث، وكيف يستعد للحديث. كما عليه أن يتكلم في كل اجتماع يحضره.

٣- على المتحدث أن يختار أسلوب التصور الذهني الذي يصلح له وأن يتدرب عليه باستمرار.

الفصل الثالث

الإعداد - مصدر قوة المتحدث

من بين كل طرق التغلب على الخوف – والتي ورد بعضها في الفصل السابق – تعتبر طريقة الإعداد البسيط والمتكامل الأهم والأبرز. فالمتحدث الذي لم يستعد يكون الخوف بالنسبة له شيئًا طبيعيًا، وهذا شعور قريب من الشعور المصاحب للكابوس التقليدي الذي يجد فيه الفرد نفسه في الامتحان ولا يعرف عن المادة أي شيء.

ولكن المتحدث المستعد لا يعرف مثل هذا الخوف. فهو يدرك أن التحضير والاستعداد هما أساس وقوام أي حديث ناجح. فهناك مقولة قديمة تفيد بأن تسعة أعشار النجاح في توصيل مغزى الحديث تكمن في الإعداد. وهذه إحصائية تساعد المتحدث على التخلي عن الخوف والاستعداد لتوصيل الحديث بطريقة جيدة.

وفي إحدى مهني السابقة حيث كنت أعمل ممثلة على مسارح "برودواي"، كان أول عمل لي سيعرض في واشنطن وكنت بديلة لإحدى الممثلات التي تركت العرض فجأة. ولم أتلق تدريبات إلا لمدة أسبوع واحد في نيويورك دون وجود جمهور أو ملابس أو إعداد للتمثيل، وقبل أن أدرك أي شيء وجدتني أمثل على المسرح معتمدة على إرشادات الممثلين الآخرين. وكانت هذه الليلة صعبة؛ فلن أحتاج لأن أقول إنني لم أكن جيدة حيث لم يكن لدي الوقت الكافي للتحضير والاستعداد.

إن نقص الإعداد يجعل المتحدث عصبيًا؛ فلو أنني قمت بالمزيد من التدريبات لكان أدائي ناجحًا ولكنه لم يكن كذلك.

شعور الجمهور باستعداد المتحدث وتقديره لذلك

إن الإعداد يضمن أن الجمهور لن يشك في ما يقوله المتحدث لهم. فالتحضير الجيد يوسع مداركه ويعطيه المزيد من الثقة. وكلما كان استعداد المتحدث أفضل، كان إلقاؤه أكثر عفوية وثقة وارتياحًا.

عملية الاستعداد والتحضير

كيف يستعد المتحدث؟ إن الإجابة التقليدية – تدوين الملاحظات وحفظها – تعتبر جزءًا صغيرًا من استعداد المتحدث. فالاستعداد الحقيقي يتطلب إعادة اكتشاف الذات وتجميع

الأفكار وترتيبها وتطويرها وإيجاد طريقة فريدة للتعبير عنها. إن أي حديث يتطلب وقتًا لإعداده؛ فيجب على المتحدث ألا يحاول أن يبتكر واحدًا بسرعة، بل يجب ألا يتسرع في كتابة الحديث حتى إذا استطاع أن يختار موضوع الحديث بصورة سريعة. ويجب على المتحدث أن يبدأ بعمل مسودة للحديث تتضمن كل شيء يأتي في ذهنه من أفكار وأقوال مقتبسة وموضوعات، كما يجب أن يعُمل تفكيره لفترة طويلة – على الأقل أسبوعين أو ثلاثة – وفقًا للموضوع الذي يتحدث فيه وعناصره.

بعد ذلك، يقوم المتحدث بتطوير الحديث بأن يطرحه للنقاش وأن يسأل نفسه بعض الأسئلة المتعلقة بالموضوع وأن يدون أفكاره والأمثلة التي تطرأ على ذهنه. وهنا يجب على المتحدث أن يعمل على إضافة الأفكار الجديدة والتوضيحات، وكلما طرأ على ذهنه أي مثال أو تصور جديد، فعليه أن يدونه.

التركيز عند إعداد الحديث

كلما زاد تركيز الفرد في حديثه، فإنه سيصبح أكثر جودة. فلقد كان "إبراهام لينكولن" معروفًا بالتركيز والتأمل في أحاديثه لأيام أو لأسابيع، وكان يحتفظ بمذكرته الصغيرة معه وكان دائمًا ما يقوم بتنظيم ملاحظاته بترتيب معين. كما كان يكتب ويراجع ويعيد صياغة أحاديثه، ولكن مع ذلك كان حتى آخر لحظة يعُمل تفكيره في الحديث ويقوم بتنقيحه. وفي أحد الأيام التي كان سيلقي فيها خطابًا، أخبر صديق له أنه لم ينته بعد من الخطاب وقال له: "لقد أعدت كتابته مرتين أو ثلاث، ولكن يجب أن ألقي عليه نظرة حتى أكون راضيًا عنه".

وفي الليلة السابقة لهذا الخطاب، ذهب بعيدًا عن الناس وقام بإلقاء الخطاب، كما سهر عليه طوال الليل واستغرق في التفكير. وعندما جاءت لحظة إلقاء الخطاب، قام بذلك في أقل من خمس دقائق وكان من أكثر الخطب شهرة في تاريخ الولايات المتحدة.

إذا قام المتحدث بتطبيق طريقة "لينكولن" وأعمل ذهنه في الموضوع، فإن الخطوة التالية هي الإعداد للحديث خطوة بخطوة. ويجب الاهتمام بترتيب هذه الخطوات؛ حيث إنها توجه اهتمام المتحدث إلى ترتيب الأفكار حسب ترتيب التفكير فيها. ومن ثمّ، تكون عملية مناقشة هذه الأفكار سهلة، بالإضافة إلى أن هذه الخطوات تجعل من المهمة الثقيلة – إعداد الخطاب – عملية سهلة بل وممتعة أيضًا.

أربع عشرة خطوة سهلة للإعداد

١- **التفكير في الهدف من الحديث:** هل الهدف من الحديث إعطاء المعلومات للجمهور أو الترفيه عنه أو إقناعه بشيء ما أو دعوته إلى عمل شيء؟ إن كل حديث لا بد وأن يكون له موضوع وهدف.

٢- **تحليل الجمهور:** إن الإنسان الثرثار يتحدث عن الآخرين، والشخص الممل يتحدث عن نفسه، والمحاور الماهر يتحدث عن الجمهور الذي أمامه. فيجب على المتحدث أن يتحدث عن جمهوره وأن يتعرف عليه وعلى اهتماماته واتجاهاته وأهدافه ومخاوفه، وعليه أن يتحدث فيما يعرفه الجمهور ويهتم به، وبذلك سيكون حديثه مميزاً. وسيوضح الفصل التاسع هذه الخطوة بالتفصيل.

٣- **جمع المعلومات الكافية:** ما الذي يعرفه المتحدث عن الموضوع ويعتقد أنه يرتبط بالجمهور؟ ما الأبحاث الإضافية التي يجب أن يقوم بها المتحدث؟ لقد أصبحت عملية البحث أسهل مع وجود كل هذه المعلومات وسهولة التوصل إليها على شبكة الإنترنت؛ فعلى المتحدث أن يجمع الأفكار والملاحظات. وبعد التفكير في الموضوع بتأنٍ، عليه الذهاب إلى المكتبة وسؤال الزملاء والقيام بالمزيد من البحث وتقليد الصحفيين الكبار. وقد لا يستفيد من معظم هذه الأبحاث، ولكن عملية البحث تزوده باحتياطي يمكن استخدامه، بالإضافة إلى اكتساب خبرة عن الموضوع قبل البدء فيه.

وعلى المتحدث أن يستفيد من الإصدارات والكتيبات التي تتناول الموضوع الذي سيتحدث عنه فهما مصدران ممتازان للحصول على معلومات متخصصة عن المجال الذي يتحدث عنه. ففي إحدى المرات التي كنت ألقي فيها خطاباً لأعضاء إحدى الجمعيات الأمريكية، قمت بالبحث عن الجمعية واهتماماتها حتى أن الناس الذين استمعوا إلى الخطاب اعتقدوا أنني من أفراد الجمعية، وهذه هي متعة الإعداد – أن يتعلم المتحدث بالقدر الكافي حتى يستطيع التواصل مع الجمهور والإضافة إلى معرفته.

وبعد ذلك، يجب على المتحدث أن يكون مستعداً وراغباً في حذف الحقائق غير الضرورية. كما أن عليه أن يختار فقط المعلومات المتعلقة بالجمهور وبموضوع الحديث؛ فإن مهمته ليست التوسع والإسهاب بل التبسيط والتأكيد.

٤- **تكوين جملة واحدة مختصرة توضح الهدف من الحديث:** وهذه الجملة ستصبح محور الحديث أو عنوانه. وكلما استمر المتحدث في حديثه، يمكنه الرجوع إلي هذه الجملة حتى يحافظ على الهدف من الحديث.

٥- **عمل مخطط للحديث:** كيف يمكن إنشاء أي مبنى دون أساس؟ إن هذا لا يمكن، وكذلك لا يمكن صياغة حديث دون وضع أساس له وهو المخطط. وفي هذا المخطط، يجب تحديد الأفكار في ثلاث أو أربع جمل رئيسية وترتيبها بشكل مقنع. وسيوضح الفصل الخامس هذه الأفكار التخطيطية.

٦- **إضافة الأشياء التي تدعم الموضوع:** والآن يجب ملء هذا المخطط بإضافة التوضيحات والأدلة المؤيدة للموضوع والحقائق والفكاهات والقصص التي تضيف للأفكار الرئيسية عمقًا ومعنى. وكقاعدة عامة، يجب أن يعرف المتحدث أن ٥ في المائة من وقته يكون في تحديد هدف الحديث و١٠ في المائة في التخطيط و١٠ في المائة أخرى في تنظيم وسائل الإيضاح المرئية و٢٥ في المائة في التدريب.

أما باقي الوقت وهو ٥٠ في المائة، فيكون في إضافة الأشياء التي تدعم الحديث وتضيف إليه حيوية. ويمكن أن يكون أسلوب الحديث جادًا أو مرحًا أو مرتبطًا بالقلق بشأن مواجهة الجمهور. ومهما كان الأسلوب، فإن وسائل الدعم لا بد وأن تقويه حتى لا يكون الحديث مملاً. وبالرغم من سهولة جمع المعلومات، فإنها لا تؤدي وحدها إلى صياغة حديث شيق.

٧- **إعداد كل وسائل الإيضاح المرئية:** إذا كان الحديث يحتاج إلى وسائل إيضاح مرئية، فيجب استخدامها جيدًا. أما إذا لم تكن هناك حاجة لها، فيجب ألا يتم استخدامها.

لو تم استخدام وسائل الإيضاح المرئية بصورة جيدة، فستكون مؤثرة؛ حيث يتذكر الناس ٤٠ في المائة بصورة أكبر عند السماع أو الرؤية الفورية، ولكن يجب أن تكون وسائل الإيضاح المرئية بسيطة. فإنني أتذكر مندوب المبيعات الذي ألقى خطابًا وهو يمسك بفردة حذاء بها ثقب كبير ليراه الجمهور، وكان يتحدث عن ضرورة إصلاح الرصيف. وسيغطي الفصل الرابع عشر وسائل الإيضاح المرئية بالتفصيل.

٨- **ابتكار أسلوب افتتاحي مؤثر:** قد يكون هذا الأسلوب فكاهيًا أو مفاجئًا أو توجيهيًا أو اعتراضيًا؛ حيث يمكن أن يتمثل الأسلوب الافتتاحي في أي شيء له صلة بموضوع الحديث. ذلك لأن انطباع المتحدث عن الموضوع يظهر في المقدمة، ويمكن أن تكون هذه المقدمة غامضة أو توضح للناس أن ما سيأتي جدير بالاستماع.

وفي العروض التقديمية الخاصة بالعمل يكون من المهم أن يخبر المتحدث الجمهور بما سيأتي في حديثه، ولكن دون أن يشتت انتباههم. كما عليه أن يبتعد عن الجمل التي تبدأ كالآتي "أنا جان جونز وأعمل في قسم التسويق وسوف أتحدث اليوم عن ..." فهذا شيء ممل.

ولكن من الأفضل البدء بشد انتباه الجمهور ثم شرح الهدف من الحديث؛ فقد تبدأ "جان جونز" الحديث عن فوائد التمارين بأن تقول: "صباح الخير، أنا جان جونز وسأتحدث إليكم اليوم عن سبب أهمية التمرين بالنسبة للموظفين مهما كانت مشاغلهم" أو قد تستحوذ على انتباه الجمهور بأن تقول: "هل تعرفون أن ٢٠ دقيقة من التمرين ثلاث مرات أسبوعيًا يمكن أن تضيف عشر سنوات إلى حياتكم؟"أو أن تقول: "صباح الخير، أنا جان جونز وبعد حديثي معكم سوف تكونون قادرين على البدء في تنفيذ برنامج صحي للتمارين".

ويجب على المتحدث أن يتجنب الاحتفاظ بالمفاجآت الكبرى للنهاية، ولكن يجب جذب انتباه الجمهور عن طريق الحقائق والتركيز عليها من البداية.

٩- **البراعة في الخاتمة:** يجب على المتحدث أن يصيغ الخاتمة جيدًا حتى لو كانت النهاية عبارة عن تلخيص للنقاط الرئيسية. فيجب أن تكون نهاية الحديث تحديًا قويًا وحيويًا يوضح للجمهور ما يتوقعه المتحدث منهم بعد الاستماع إلى الحديث الذي ألقاه؛ فالخاتمة مثل المقدمة لا بد وأن تكون بارزة لتبقى في الذاكرة.

١٠- **كتابة الحديث وتنقيحه وتعديله:** يجب على المتحدث أن يترك الحديث جانبًا ليوم أو اثنين ثم يعيد كتابة الأجزاء التي يرى أنها تحتاج إلى تعديل. وتوجد طريقة جيدة لتحقيق الإيجاز عند تعديل الحديث – وهذه الطريقة هي ألا يخاف المتحدث من حذف ثلث الحديث أو حتى نصفه؛ فهذا يؤدي إلى أن يكون النص فعالاً ومتسمًا بالمرونة والوضوح. ونجد هنا أن المتحدثين الفنيين معرضون، بصفة خاصة، للاسترسال في الحديث. على ذلك، يجب على المتحدث أن يعمل على تنقيح الحديث بحيث لا يشتمل إلا على الكلام الضروري، وبالذات إذا كان الحديث فنيًا متخصصًا حتى يتمكن الجمهور من المتابعة بسهولة. ويجب عليه ألا يخاف من أن يكون موجزًا وواضحًا؛ فهذا لا يحققه إلا القليل من المتحدثين.

يختلف التواصل الكتابي الفعال عن نظيره اللفظي؛ حيث إن الحديث يعتبر حدثًا مؤقتًا تنساب فيه الكلمات في الهواء ثم تختفي. ولكن هناك فرصة أفضل لأن تظل الكلمات عالقة بذهن الجمهور إذا استطاع المتحدث الاستفادة من الدرجة الأكبر من العامية في الحديث اللفظي. ويكون ذلك باستخدام الجمل والكلمات القصيرة واللغة الحية والتكرار والأسئلة وتقسيم الجمل والتركيز على الأجزاء المهمة؛ فكل هذه الأساليب تضفي على الحديث حيوية وتبقيه في الذاكرة.

وفي النهاية عندما يصل المتحدث إلى مرحلة الاقتناع، فعليه أن يبدأ في التدريب على الحديث.

١١- **الاحتفاظ بالملاحظات المهمة معدة ومجهزة:** يجب على المتحدث ترقيم هذه الملاحظات حتى إذا سقطت إحداها يمكنه العودة إلى الترتيب نفسه.

١٢- **تحديد وقت الحديث:** يعتبر تحديد وقت للحديث جزءًا من التدريب عليه؛ فإذا كان المتحدث يتحدث بسرعة ١٥٠ كلمة في الدقيقة، فإن توصيل ثلاث صفحات مطبوعة يستغرق خمس دقائق، ويتغير الوقت وفقًا لمدى سرعته في الحديث.

ولكن حتى إذا لم يتمكن المتحدث من تحديد وقت لحديثه بدقة، فلا بد من أن يقوم بتسجيله وتقدير الوقت. وإذا اشتمل الحديث على الكثير من الفكاهات والقصص وأسئلة الجمهور، فيجب تحديد وقت إضافي لها.

عند إلقاء الحديث يجب الاحتفاظ بساعة رقمية على المنصة بحيث يتمكن المتحدث من رؤيتها بسهولة. يمكن كذلك أن يطلب المتحدث من أحد الأفراد الإشارة إليه عندما يكون المتبقي من الوقت خمس دقائق. عندئذ يجب أن يعرف أن المتبقي من الوقت يكفي فقط لإنهاء فكرة مهمة قبل ختام الحديث أو الإجابة عن الأسئلة.

١٣- **وضع قائمة بالمشاكل التي يمكن أن تحدث في الدقيقة الأخيرة:** يعتبر إعداد مكان الحديث والسيطرة عليه أحد الجوانب الأساسية في عملية الإعداد. فيجب على المتحدث أن يتجنب المشاكل التي تحدث في الدقيقة الأخيرة بالتأكد من الاهتمام بكل التفاصيل الصغيرة مثل تنظيم الكراسي في صفوف قصيرة وإزالة كل الفناجين

الفارغة قبل بدء الحديث. وهناك تفاصيل أخرى يجب على المتحدث الاهتمام بها وهي:

- ☑ أن يختار المتحدث الملابس التي سيرتديها
- ☑ أن يقوم المتحدث بعمل نسختين من الحديث والملاحظات
- ☑ أن يقوم المتحدث بوضع زجاجات وأكواب الماء على المناضد
- ☑ أن يعرف المتحدث إذا ما كان يوجد منصة
- ☑ أن يعد المتحدث وسائل الإيضاح المرئية والإضاءة

تجدر الإشارة إلى أن وضع القوائم التي يقوم بإعدادها المتحدثون المستعدون جيداً يتطلب بذل الجهد، كما أنه يلفت الانتباه إلى جزئيات أخرى مرتبطة بالإعداد مثل إدارة المكان الذي سيتم فيه إلقاء الحديث والإشراف على كل التفاصيل الخاصة بالكلمات. وسيوضح الفصل الثامن عشر كل المعلومات التي يحتاجها المتحدث للتعامل مع المكان.

١٤- **تنسيق جزئية الأسئلة والأجوبة:** للحصول على معلومات عن هذه الخطوة يمكن الرجوع إلى الفصل الثالث عشر.

الاهتمام بكل خطوات الإعداد للحديث

تشكل هذه الخطوات الأربع عشرة المخطط النهائي للمتحدث، ومن الممكن أن يترك إحداها أو أجزاء منها، ولكن الجمهور سيلاحظ ذلك. فكل دقيقة من الحديث لا بد وأن تسبقها ساعة من الإعداد. من المهم أيضاً أن يستعد الفرد لأي من المحادثات العامة مثل الحديث مع الرئيس بشأن ترقية أو تقديم شيء لأحد العملاء. حتى التحدث في الهاتف يتطلب إعداداً، فيجب أن يعرف المتحدث ما الذي سيتحدث فيه وما أهدافه.

ودون الاستعداد الجيد سيرتكب المتحدث أحد الأخطاء الستة الشائعة في الحديث، والتي سوف يتم التعرض لها بالتفصيل في الفصول الستة التالية. ويجب على المتحدث أن يناقش كل خطوة بحسب ترتيبها فهذا هو قوام الخطاب المتميز.

وها هو ملخص على شكل أسئلة يمكن للمتحدث أن يسألها لنفسه:

- ☑ في جملة مختصرة، ما الهدف من الحديث؟
- ☑ من الجمهور؟ وما الذي يهمه في الحديث؟

- ما الذي يعرفه المتحدث عن الموضوع ويتعلق باهتمامات الجمهور؟
- ما العناصر الرئيسية في مخطط الحديث؟
- ما المعلومات والقصص التي يمكن للمتحدث أن يستخدمها في تدعيم كل من هذه العناصر؟
- ما وسائل الإيضاح المرئية التي قد يحتاج إليها المتحدث؟
- هل الأسلوب الافتتاحي جذاب؟
- في الملخص النهائي، هل تم توضيح ما يتوقعه المتحدث من الجمهور بعد استماعهم للحديث؟
- هل قام المتحدث بتنقيح الحديث والتدريب عليه بأفضل درجة ممكنة؟
- هل قام المتحدث بكتابة مقدمة مختصرة لنفسه؟
- هل اهتم المتحدث بجميع التفاصيل الصغيرة التي تساعده على اكتساب المزيد من الثقة؟

وبعد السيطرة على الخوف ووجود الخطة الأساسية للإعداد، يمكن البدء في التخلص من الأخطاء الستة الشائعة التي قد تؤثر على فاعلية الحديث. وستوضح الفصول الستة التالية كيفية التخلص منها.

نصائح مهمة: بناء الثقة عن طريق الإعداد

١- يجب على المتحدث أن يقوم بالإجابة عن الأسئلة السابقة، وأن يلاحظ نقاط القوة في استعداده ثم النقاط التي يجب أن يتجنبها وكيف يمكنه ذلك. كما يجب عليه أن يبتكر مخططًا تنفيذيًا واقعيًا يلتزم به.

٢- يجب على المتحدث أن يدون ملاحظاته عن شعوره عندما يستمع إلى حديث لم يستعد له المتحدث جيداً، وإذا ما كان يريد أن يشعر جمهوره بالشعور نفسه.

الجزء الثاني

كيفية التغلب على الأخطاء الستة الشائعة في الحديث

الفصل الرابع

الخطأ الأول - عدم وضوح الهدف

يعتبر عدم وضوح الهدف من الحديث أحد العناصر التي يتم تجاهلها. فأحيانًا ما يجلس أفراد الجمهور أمام المتحدث لسان حالهم يتساءل عن هدف المتحدث أو الفكرة التي يبغي توصيلها إليهم. وأحيانًا أخرى تجد المتحدث يسير على غير هدى وينساق مع الجمهور. فقد يكون الموضوع حيويًا ويكون المتحدث جذابًا، ولكن إذا لم يكن الهدف من الحديث واضحًا؛ سيفشل المتحدث في قيادة الجمهور.

فالجمهور ينظر إلى المتحدث على أنه القائد المسئول عن تحويل انتباههم من فكرة إلى أخرى. ويمكن للمتحدث أن يكون قائدًا – وأن يحصل على القوة التي تكون للقائد – وذلك إذا كان الهدف واضحًا في ذهنه. فيجب أن يكون الهدف واضحًا للجمهور ما لم تكن هناك مفاجأة يدخرها المتحدث إلى النهاية، وحتى في هذه الحالة، يجب التأكد من أن الجمهور يستطيع متابعة الحديث.

يتمثل الهدف من الحديث فيما يريد المتحدث أن يظل عالقًا بأذهان الجمهور بعد انتهاء الحديث والنتيجة المترتبة على ذلك. ولقد فكرت كثيرًا في سبب شيوع الوقوع في هذا الخطأ. ثم أدركت أن معظم المتحدثين يخلطون بين موضوع الحديث والهدف منه. فعلى سبيل المثال، عندما أسأل بعض عملائي عن الهدف من العروض التقديمية التي يقدمونها، أسمع إجابات مثل: "إنني سأتحدث عن برنامج التسويق الجديد" أو "عن الخطوط الإرشادية الجديدة لنظام التوظيف". بمعنى آخر، إنهم يقولون لي محتوى حديثهم وليس الهدف منه.

ماذا يريد المتحدث من الجمهور أن يفعل بعد الاستماع إلى عرض تقديمي عن الخطوط الإرشادية لنظام التوظيف؟ إنه لا يريد إعطاء المعلومات للجمهور فحسب، لكنه يريد من مستمعيه أن يقوموا بتوظيف أفضل العناصر.

وفي الواقع كل حديث لا بد وأن يشتمل على ثلاثة عناصر وهي عنوان وموضوع وهدف. فعلى سبيل المثال، يكون العنوان (استخدام حزام الأمان يؤدي إلى حياة أطول) ويكون الموضوع (السلامة في قيادة السيارات) ويكون الهدف (حث الناس على ارتداء حزام الأمان).

كيفية تحديد الهدف

يمكن للمتحدث أن يقوم بتحديد الهدف إذا استطاع تحديد ما يريده من الجمهور، وما إذا كان يريد من الجمهور اتخاذ رد فعل أو الإحساس بشيء ما أو معرفة معلومة ما.

إن تحديد ما يريده المتحدث من الجمهور بوضوح يؤثر على أسلوب الحديث واختيار الأمثلة والقصص وطريقة المناقشة. وذلك حيث يتأثر كل عنصر من هذه العناصر بالهدف الإجمالي للمتحدث.

البدء بذكر الهدف

قد يكون تحديد الهدف من الحديث بوضوح تام أمرًا صعبًا بدرجة تدعو للدهشة. ففي الفصول التي كنت أقوم فيها بتدريس فن التحدث أمام الآخرين، كنت دائمًا أطلب من الناس أن يذكروا هدفهم، وعادةً ما لا تكون لدى المتحدث رؤية واضحة حول هدفه، حتى بعد أن يقوم بإلقاء حديثه. وقد يكون السبب في ذلك راجعًا إلى محاولة المتحدث توصيل قدر أكبر من اللازم من المعلومات؛ للتأكد من استيعاب الجمهور لكل الحقائق. فيجب على المتحدث ألا يكون مسهبًا في الحديث مما يؤدي إلى الابتعاد عن الهدف في النهاية وعدم القدرة على العودة إلى الهدف الأصلي. فلا بد من أن يكون الهدف واضحًا جدًا يستطيع كل الجمهور التعرف عليه دون ريبة.

وإذا تم تحديد الهدف في البداية، فيمكن التأكد من أن باقي الحديث يدعم هذا الهدف، ومن أنه في النهاية لن يكون هناك أحد من الجمهور على غير دراية بالهدف من الحديث.

الأهداف الرئيسية الستة للحديث

تندرج معظم الأحاديث تحت واحدة من هذه الفئات الست التالية. وتتطلب كل منها أسلوبًا مختلفًا وأنواعًا مختلفة من القصص، بل وحتى اختيار الكلمات يكون مختلفًا. وبالطبع يمكن أن يكون للحديث أكثر من هدف، ولكن يجب أن يكون هناك هدف واحد مسيطر على الحديث والذي يجب أن يكون واضحًا تمامًا للمتحدث وللجمهور. وهذه الأهداف الستة الرئيسية هي:

١- **إعلام الجمهور:** عندما تعرض وكالة "ناسا" الفضائية صورًا لأحد النيازك وهو يصطدم بكوكب المشترى وتقوم بشرح تأثيره، فإنها لا تريد من الناس فعل شيء (كهجرة كوكب الأرض مثلاً)، ولكن الهدف من ذلك هو إعلام الناس بهذا الحدث.

وقد لا يتعرض المتحدث لمناقشة موضوعات مثل انشطار الكواكب، ولكن قد يطلب منه أحد الإعلان عن ترقية زميل أو تقاعده أو إعلام الموظفين بأن الشركة قد تبنت سياسة تأمينية جديدة أو أنه قد تم التوصل إلى هدف ما في المبيعات. فهناك العديد من الأحاديث تتم فقط لإعلام الناس وإخبارهم بشيء مفيد لهم. وهذا النوع من الأحاديث يكون قصيرًا إلى حد ما وموجهًا إلى الهدف، ويركز على حقائق الموقف. ويجب ألا تكون المعلومات التي يشتمل عليها مثل هذا الحديث معقدة؛ فيجب أن يكون الجمهور قادرًا على استيعاب الموضوع عند الاستماع إلى الحديث. ومن الموضوعات التي يكون الحديث فيها للإعلام فقط تاريخ شركة ما أو إنتاجها وخدماتها أو تقديم تصميم جديد لمنتج ما.

وتندرج معظم الأحاديث في العمل تحت هذه الفئة؛ فلو كنت سأتحدث لمدة ساعة عن كيفية التحدث ببراعة فإنني سأتبع هذا الأسلوب، أما إذا كنت سأتحدث عن ورشة عمل تستغرق يومين مع مجموعة من ستة إلى ثمانية أفراد، فسأستخدم شرائط الفيديو لأن هدفي يندرج تحت الفئة الثانية وهي التعليم.

٢- **التعليم:** قد يطلب أحد من المتحدث أن يُلقي خطابًا عن سياسة الشركة التأمينية الجديدة. في هذه المرة، عليه بدلاً من مجرد الإعلان عن وجود هذه السياسة، أن يخبر الموظفين عن خطة العمل وكيفية ملء الاستمارات والجهة التي سيتم إرسال هذه الاستمارات إليها ومدة انتظار رد المال. فهدف المتحدث هنا هو التعليم والتوجيه وإعطاء إرشادات معينة أو أوامر. وهذا النوع من الحديث عادةً يكون أطول من الحديث الإعلامي، ولكن هذا ليس أمرًا ضروريًا. ويجب أن يغطي هذا النوع من الحديث جميع جوانب الموضوع بدقة حتى يتمكن الجمهور من استيعاب التعليمات وتعلم مهارة جديدة. ومن أمثلة الموضوعات التي تندرج تحت هذه الفئة كيفية التصرف في حالة الحريق وكيفية استخدام مفكرة المواعيد المحفوظة على جهاز الكمبيوتر.

وعندما تتاح الفرصة للاستماع أو الاستيعاب أو التدريب أو التطبيق، يكون الحديث تعليميًا. وغالبًا ما يرتبط هدفا الإعلام والتعليم معًا.

٣- **الترفيه:** ما لم يكن المتحدث ممثلاً كوميديًا مشهورًا، فلن يكون حديثه بهدف الترفيه فقط. ففي معظم أحاديث العمل يكون هذا النوع من المتحدثين نادرًا، حيث إن هذا

الحديث يكون صعبًا. مع ذلك، فإن المتحدث يريد أن يقوم بتوصيل هدفه بطريقة ترفيهية وشيقة. هكذا، يمكن جعل الحديث شيقًا عن طريق استخدام بعض الفكاهة. ففي مثل هذا الحديث يتطلب الأمر العديد من القصص والأمثلة المسلية، وحتى في بعض الموضوعات الجادة مثل السلامة يمكن الاستعانة ببعض أفلام الكارتون المسلية. وأهم سمات هذا النوع من الحديث اللغة الحية والإخلاص والحماس.

٤- **التشجيع والتحفيز:** يوجد عدة طرق لتحفيز الناس وتشجيعهم على سبيل المثال تشجيع بعض الناس على الحديث عن كيفية تغلب المتحدث على الصعاب؛ مثل الحديث عن "جيرالد كوفي" الذي قضى سبع سنوات في الحبس الانفرادي في أحد معسكرات السجون، أو الحديث عن "لانس أرمسترونج" الذي استطاع التغلب على مرض السرطان ليستعيد لقب سباق "تور دي فرانس". فإن إشراك المتحدث للجمهور في الصعاب التي واجهها بطل القصة يجعلهم يعرفون أنه من الممكن التغلب على المآسي مهما كانت شدتها.

وليس بالضرورة أن يركز هذا النوع من الحديث على المصاعب الشخصية. فلقد استطاعت "سوزان أنتوني" أن تدفع الكثير من أبناء جيلها إلى تأييد حق المرأة في التصويت. كما استطاع "مارتين لوثر كينج" أن يتحدث إلى جميع الفئات عن أحلامه في مستقبل مزدهر ودفع العديد من الناس إلى المشاركة في حركة الحقوق المدنية. هذا النوع من المتحدثين يرغب في إخراج أفضل ما لدى جمهوره.

٥- **التنشيط والحث:** قد لا يريد المتحدث تشجيع الناس فقط، ولكن يريد حثهم على القيام بعمل ما. وهذا النوع من الحديث يقدم أفكارًا واقتراحات ومناقشات بطريقة تجعل الجمهور يصدق بشدة ما يعرضه، وبالتالي يقوم الجمهور بتنفيذ هذه المقترحات. ويعتبر الحديث الذي يهدف إلى جمع الأموال لهدف ما مثالاً جيدًا لهذا النوع؛ حيث يكون هدف المتحدث هو حث الناس على دفع المال. من الأمثلة الأخرى على الموضوعات التي تصلح لهذا النوع من الحديث: "التصويت على القانون رقم ١٢" أو "إنقاذ الحيتان" أو "اتباع الإجراءات الأمنية الجديدة".

ولحث الناس على القيام بعمل ما تأييداً لفكرته، يجب على المتحدث أن يخبرهم ماذا يفعلون والتركيز على أنه يجب المشاركة، وربما أوضح لهم النتائج المترتبة على القيام بهذا العمل أو عدم القيام به. ولكي يكون الحديث مؤثراً، يجب أن يكون المتحدث مقتنعاً تماماً بأن هذا العمل هو أفضل شيء يمكن عمله.

٦- **الإقناع:** إن موضوعات مثل: "إلغاء عقوبات الكونجرس" أو "تعدد الثقافات مفيد للعمل" تصلح لهذا النوع من الحديث الذي يهدف إلى إقناع الجمهور. وهذا النوع من الحديث يجعل الجمهور متقبلاً للموضوع باستخدام المنطق والأدلة والعواطف. فالمتحدث المقنع يعرض حلاً لمشكلة جدلية بتقديم المنطق الكافي والدليل والعاطفة لإقناع الجمهور بصحة اعتقاده.

وإذا عرف المتحدث الهدف العام من حديثه، فإنه يحتاج إلى إيجاد هدف أكثر تحديداً مرتبط به. فعلى سبيل المثال، عندما أقدم ندوات عن فن التحدث أمام الآخرين بلباقة، يكون هدفي العام إعلام الجمهور أو تعليمه وفقاً لطول العرض التقديمي. أما هدفي المحدد فيتمثل في تعليم الناس أدوات وأساليب تساعدهم في أن يكونوا متحدثين بارعين. وكلما كان الهدف أكثر تحديداً، زادت فعالية الحديث.

ولكن كيف يمكن تحديد الهدف؟ إن الخطوة الأولى هي تحديد نوع الحديث الذي يناسب الهدف، فهل سيكون الحديث ترفيهياً أو إعلامياً؟ أو ترى سيحتاج المتحدث إلى القيام بما هو أكثر من الإعلام ويحاول إقناع الناس، أو حتى حثهم على القيام بعمل ما؟ ومن الممكن أن يشتمل الحديث على مجموعة من هذه الأهداف، فأيها سيكون أهم؟

إن الهدف الجيد هو الهدف المحدد؛ فقد يكون الهدف العام الإعلام، ولكن يجب التركيز على الفكرة الرئيسية التي يرجى توصيلها للجمهور بدقة. فعلى سبيل المثال، عند النظر إلى ندوات الموظفين والتطرق إلى الموضوعات التي يتم تناولها خلال هذه الندوات، تجد أنه يتم تحديد هدف واضح تماماً لكل ندوة. فعندما أتكلم عن هذا الكتاب، يمكنني القول إن هدفي هو تعليم الناس فن التحدث أمام الآخرين، ولكنه هدف غير واضح. لذا، سيكون من الأكثر تحديداً القول إنني أريد تعليم الناس كيفية التحدث أمام الآخرين بلباقة عن طريق تجنب الأخطاء الستة الشائعة في الحديث.

أهمية الإقناع

حتى مع وجود ستة أهداف للحديث يعتبر الإقناع أهمها على الإطلاق. فعلى سبيل المثال، أخبرني أحد مندوبي المبيعات في إحدى شركات الاتصالات الكندية الكبرى أن عليه تقديم عرض تقديمي. فقد طُلب منه ملاحظة برنامج جديد لتدريب العاملين في مجال التسويق من خلال التليفون لمدة ثلاثة أشهر، ثم عليه أن يقدم تقييماً لمديري الشركة. وعندما سألته عن الهدف من العرض التقديمي، قال إن الهدف إعلام مديري الشركة بحالة البرنامج. ولكن في أثناء كلامه معي أدرك أن هدفه إقناع الموظفين بالتعهد بالالتزام بالبرنامج لفترة طويلة. هكذا، لم يكن هدفه الإعلام فقط، بل كان هدفه الحقيقي حث المديرين، وعندما تغير هدفه تغير العرض التقديمي بالكامل.

نادراً ما تكون مهمة المتحدث بسيطة بقدر توصيل بعض المعلومات وحسب. من المسلم به أن الإعلام هدف محوري في هذه العملية؛ حيث إن الحديث يعتبر طريقة فعالة لتوصيل المعلومات إلى مجموعة كبيرة من الناس. ولكن الأرجح أن هدف المتحدث الإقناع؛ أي إعطاء الجمهور معلومات جديدة بطريقة مقنعة تجعله يرى الأمور كما يراها المتحدث. ولعل هذا هو الهدف المستتر وراء الهدف العام والنتيجة التي يسعى إليها جميع المتحدثين.

ويمكن رؤية هذين الهدفين معاً - الإعلام والإقناع - في مجالات العمل والأحاديث المتخصصة؛ حيث يتم تقديم الموضوعات والحقائق والإحصائيات بهدف محدد وهو كسب التأييد أو إعادة تنظيم القسم أو تطوير نظام الكمبيوتر. وتعتبر الأحاديث والخطب في الحياة اليومية أدوات للإقناع، ولكن المتحدث لا يحتاج فقط إلى أن يكون الهدف من الحديث واضحاً بل يحتاج أيضاً إلى أن يكون مؤثراً ومقنعاً.

لقد استمعت في إحدى المرات إلى أحد مديري المدارس يتحدث إلى أولياء أمور الطلاب عن السلوكيات الخاطئة التي يقوم بها الطلاب في الشارع؛ وهو موضوع خطير يجب أن يكون الحديث فيه بلباقة. ولكن المدير لم يكن قادراً على توضيح هدفه؛ حيث كانت الحقائق التي يقوم بعرضها مختلطة والقصص مشوشة، وحتى عندما انتهى من حديثه لم يعرف أولياء الأمور ما الذي كان يهدف إليه.

في الواقع، لقد كان لديه هدف محدد للغاية؛ حيث كان يريد منهم الكتابة إلى المسئولين عن التشريع لسن قوانين أكثر قسوة لمنع السلوكيات المرفوضة. ولكنه انتظر حتى آخر الحديث

ليفصح عن هذا الطلب بدلاً من عرض تأثير هذه المخالفات على المواطنين المعنيين بالتدريج في أثناء الحديث. أدى ذلك إلى عدم إحساس أولياء الأمور بمدى أهمية الموضوع وتثبيط همتهم بدلاً من تنشيطهم.

إن الخطأ الذي وقع فيه المدير هو أنه اعتقد أن الإعلام له تأثير الإقناع. ولكن الأمر ليس كذلك. فالإعلام يعتبر خطوة أولية لحث الناس على عمل شيء ما، أما الحقائق فتحتاج إلى دعم وتنظيم وشرح واضح للفوائد التي ستعود على الجمهور.

تحديد جوانب الموضوع

عندما يكون الهدف عامًا وغير محدد، فإنه يختلط بالموضوع. لذا يجب على المتحدث الفصل بين الهدف والموضوع، وبذلك سيكون حديثه مركزًا. فقد يكون الحديث مثلاً عن (إدارة الشركات في القرن الواحد والعشرين)؛ وإذا اعتقد المتحدث أن هذا هو الهدف، فإن أي قلق يشعر به قد يكون مبرراً. إن هذا الموضوع متشعب وغير محدد، ولكن الهدف يجب أن يكون نقطة محددة تتعلق بالإدارة – ربما حتى في شركة محددة – ويكون ذلك من خلال سرد الأمثلة والطرائف والحقائق المختلفة. على ذلك، يجب على المتحدث تحديد نقاط معينة وليس موضوعات عامة. فقد يكون الهدف من حديث مثل هذا إعلام الجمهور بالمهارات الضرورية لتحقيق سبل الإدارة المشتركة، أو قد يكون الهدف من الحديث إقناع الناس بالبدء في الاستعداد لتغيير أدوار الإدارة في القرن الواحد والعشرين. هناك العديد من الاحتمالات الأخرى في هذا الموضوع؛ لذا يجب أن يكون هدف المتحدث واضحًا ومحددًا.

كلما كان الهدف من الحديث مركزًا ومحددًا، زادت فرص استيعاب الكلمات. فإذا ما تحدث المتحدث بفعالية عن أسلوب شخص معين في الإدارة، سيستطيع الجمهور استنباط أشياء كثيرة عن الإدارة بشكل عام. هكذا، يسمح المتحدث للجمهور بالانتقال من الخاص إلى العام، في حين لا يزال يحافظ على حيوية الحديث. وبهذا يمكن أن تصبح الموضوعات العامة غير المحددة أحاديث رائعة، إذا ما تم تحديد هدف بارز لها.

تحليل الجمهور

يجب أن يسأل المتحدث نفسه عن العلاقة بين الحديث واهتمامات الجمهور. فالتعرف على الجمهور يمثل الطريقة الوحيدة لمعرفة اتجاهاته وللتنبؤ بالاعتراضات ال[illegible] [illegible]تهم بها. على

سبيل المثال، عندما يخاطب طبيب الأسنان الآباء، يجب أن يكون حديثه عن منع تسوس الأسنان عند أطفالهم، وليس عن المعدات الموجودة في العيادة. لذا، يجب دراسة الجمهور والتفكير في احتياجاته، والربط بين ما يريد المتحدث توصيله للجمهور واهتماماته. وسيناقش الفصل التاسع بالتفصيل كيفية تحليل الجمهور.

سيطرة الهدف على الحديث

إذا كان عنوان الحديث السابق ذكره عن الإدارة "مجموعة بلا قائد كسفينة بلا ربان"؛ فسوف يؤدي هذا العنوان بشكل طبيعي إلى تحديد الهدف العام. وقد يتمثل الهدف العام للمتحدث هنا في إقناع الجمهور بعمل شيء ما أو تغيير سلوكهم، بالإضافة إلى تبني واستخدام الاستراتيجيات الخمس لأساليب الإدارة التي سيقوم المتحدث بعرضها. ويمكن للمتحدث أن يقوم بتدعيم هدفه بشرح ما الذي يمكن أن يحدث في حالة استخدام هذه الأساليب أو عدم استخدامها.

الاستفادة من العنوان

يعمل العنوان على إضفاء صبغة الاحتراف على الحديث، كما أنه فرصة لإظهار قدرة المتحدث على الابتكار. فالعنوان يساعد الجمهور على التركيز ويجعل عملية عرض وتقديم البرنامج أمرًا سهلاً. وقد يقوم بعض المتحدثين بحذف العنوان تمامًا أو وضعه في الدقيقة الأخيرة. ولكن العنوان هو أول شيء في الحديث يراه الجمهور أو يسمعه؛ ولهذا يستحق الكثير من الاهتمام. ويستخدم المتحدثون البارعون العنوان كجزء من استراتيجيتهم؛ فلا يوجد شيء يعمل على توصيل مدى قدرة المتحدث على الابتكار أسرع من العنوان الذي تمت صياغته بطريقة جيدة. كما أن العنوان الجذاب يساعد منسق الندوة الذي يقوم غالبًا بطباعة العنوان لاستخدامه في تلخيص الندوة أو التسويق لها. ولقد طلب مني أحد عملائي ذات مرة مساعدته في صياغة عناوين شيقة للاجتماع السنوي للمديرين.

إن العنوان الضعيف أفضل من عدم وجود عنوان على الإطلاق. فعنوان مثل: "الحياة في أمان تطيل العمر" أفضل من "الأمان" وعنوان مثل "كيف تصبح مديرًا ماهرًا؟" أفضل من "الإدارة الجيدة".

كما يجب على المتحدث أن يستخدم العناوين دائمًا حتى إذا كان يدير اجتماعًا في شركته. فالعنوان هو الفرصة الأولى التي يستطيع المتحدث فيها أن يستحوذ على انتباه الجمهور.

تعديل الأسلوب

يمثل تحديد الهدف من الحديث بداية ضبط وتعديل الأسلوب لكل المتحدثين البارعين؛ فكل هدف له أسلوب ونبرة حديث يختلفان بحسب الجمهور. فعلى سبيل المثال، يكون الحديث أمام كبار المديرين مختلفًا عنه مع المديرين الجدد. فقد يتغير الأسلوب من التأكيد إلى التقديم؛ حيث ستختلف الأمثلة بحسب اختلاف عمل الجمهور. كما يجب أن يكون هناك اختلاف في أسلوب الحديث في الموضوع نفسه، ولكن يكون ذلك حسب الجمهور إذا كان جمهوراً متخصصًا في موضوع الحديث أو جمهوراً لا يعرف عنه شيئًا.

من ناحية أخرى، هل يجب أن يكون الحديث ترفيهيًا أو متخصصًا أو يجمع بين كلا الأمرين؟ إن لكل حديث مغزى قد يكون غير مناسب للموضوع المطروح أو قد يحرك المستمعين وينشطهم. كما أن تحريف المتحدث للحقائق سوف يكون السبب في جزء كبير من رد فعل الجمهور تجاه المعلومات التي يحاول توصيلها.

من المفيد استخدام الأسلوب المرح في الحديث. حتى إذا كان هدف المتحدث ونبرة صوته غاية في الجدية، فيجب عليه ألا يهمل استخدام القليل من روح الدعابة في الحديث. فمثال مسلي أو قصة شيقة هما أفضل الطرق لكي يكون الحديث مميزًا؛ حتى أن شكسبير كان يضع بعض المشاهد الكوميدية في أكثر مسرحياته مأساوية. إنني لا أقترح أن يكون الحديث كله فكاهيًا، لكن يجب الاستفادة من هذا الأسلوب المرح الذي ينتزع ضحكات الجمهور.

الالتزام بالهدف وفعالية الحديث

تنبع فاعلية الحديث من التزام المتحدث بالهدف وارتباطه بالموضوع، ويأتي ذلك من معرفة ما يريد المتحدث قوله بدقة. وبذلك نعود إلى المهمة الأصلية للمتحدث وهي تحديد الهدف – أي معرفة ما يراد توصيله للجمهور. ولكن الخطوة الثانية – وهي الإقناع – تتطلب التزام المتحدث بالموضوع. فالقصص المسلية والصور والإحصائيات تساعد المتحدث على تحقيق مأربه، لكن التزام المتحدث – أي ما لديه من عاطفة واقتناع – يكون أوقع أثرًا إذا ما اجتمع مع عرض تقديمي منطقي غني بالمعلومات.

في عام ١٩٧٦، ذكر "نورمان فينسنت بيل" في أحد كتبه أن الحماس لا يساعد فقط في التكيف مع المشكلة التي قد يواجهها الفرد، ولكنه يساعد أيضًا على استخدام الفرد لطاقته في تشجيع ذاته والآخرين. حتى يكون الفرد متحدثًا بارعًا ومؤثرًا، يجب عليه أن يثق في مادة حديثه، وخاصةً عندما يكون الهدف إقناع الناس أو حثهم على شيء ما. لذا، يجب أن يكون حماس المتحدث حقيقيًا وملموسًا.

الاستعلام عن مدى وضوح الهدف

يجب على المتحدث أن يعتاد على سؤال الأفراد الذين استمعوا إليه عما إذا كان هدف الحديث واضحًا. فيجب على المتحدث أن يكتب جملة توضح الهدف من الحديث قبل أن يلقي خطابه القادم. وبعد إلقاء الخطاب، يجب أن يسأل المشاركين عن وضوح هدفه؛ فإنهم يستطيعون الحكم عليه بسهولة. كما يجب عليه أن يرى ما إذا كانت آراؤهم تتوافق مع ما كتبه. ولو لم يكن الأمر كذلك، فعليه أن يعمل بجدية أكثر ليجعل محتوى الحديث يدعم الهدف الذي يضعه نصب عينيه. فدون سؤال الجمهور عن وضوح الهدف، لن يستطيع المتحدث أن يتأكد من ذلك.

بصفة عامة، يستمتع جميع الناس بالاستماع إلى المتحدث المنظم الملتزم النشيط، ويمكن لكل متحدث أن يكون كذلك. والخطوة الأولى في هذا الاتجاه هي تحديد الهدف، وهذه خطوة سهلة وتزيد من سهولة كل الخطوات التالية، بما في ذلك التنظيم واختيار مادة دعم جيدة. فعندما ينجح المتحدث في تحديد وتوصيل هدف مؤثر، فسينظر إليه الجمهور على أنه متحدث له رؤية مما يضيف إلى فعالية أحاديثه.

تقليل وقت الإعداد

تتمثل إحدى أكبر فوائد تحديد هدف واضح للحديث في المساعدة على اختصار وقت الإعداد. ولقد كنت أعمل مؤخرًا مع أحد أخصائيي الغدد الصماء الذي كان يعد خطابًا ليلقيه أمام أطباء آخرين. وقد قضى هذا الطبيب الكثير من وقت الإعداد في جمع المعلومات المتخصصة التي ظن أنه سيستخدمها في حديثه. ولكن عندما أدرك أن هدفه الحقيقي إقناع هؤلاء الأطباء بمعالجة مرضى السكر بطريقة حديثة، وجد أنه لن يحتاج إلى معلومات كثيرة كما ظن في البداية. فلو كان قد حدد هدفه من البداية، لوفر الكثير من وقت الإعداد.

نصائح مهمة: التركيز على الهدف

١- استمع إلى بعض الساسة وانظر ما إذا كان بإمكانك تلخيص الهدف من الخطاب الذي تستمع إليه في جملة واحدة واضحة.

٢- فكر في الاجتماع القادم مع الرئيس في العمل واكتب بوضوح هدفًا يساعدك على التركيز والتأكد من تحقيق نتائج أفضل.

٣- تدرب من خلال رسائل البريد الصوتي التي ترسلها على تحديد الهدف من الرسالة ثم اذكر النقاط الأساسية؛ فهذه طريقة جيدة للاعتياد على تحديد الأهداف.

الفصل الخامس

الخطأ الثاني - نقص التنظيم والتخطيط

إن التخلص من الأخطاء الستة الشائعة في الحديث يماثل صعود السلم. حيث إن هذا الأمر يتطلب تدريبًا منهجيًا ومتعاقبًا كما يستفيد المرء من كل درجة في الوصول إلى التي تليها. فتحديد الهدف من الحديث أمر ضروري. والخطوة التالية التي يجب تجنبها لكي يكون الحديث مؤثرًا هي نقص التنظيم.

فنقص التنظيم يؤدي إلى عدم نجاح الحديث حتى إذا كانت الأفكار فعالة. فقد يكون لدى المتحدث موضوع شيق وجمهور، ولكن تنقصه صياغة الحديث. فعندها سيفقد الحديث ترابطه لأن هذا يشبه السقوط من على السلم بسبب عدم وجود درجة؛ وسيؤدي ذلك إلى تشتت الجمهور. كما أن الجمهور لن يجد صعوبة في متابعة الحديث إذا تمت صياغته بطريقة منطقية مما يساعد على التركيز في الأفكار وعدم تشتت الانتباه. فسوف يتجاوب الجمهور مع المتحدث ويتبعه طوعًا إذا ما استشعروا أنه يعرف هدفه ويلم بكيفية الوصول إليه.

لسوء الحظ، لا يعتبر التنظيم عنصرًا جذابًا أو شيقًا. مع ذلك، توجد طريقة أخرى للتفكير فيه تجعله أكثر تشويقًا وهي التفكير فيه على أنه يجعل من المتحدث قائدًا. وإذا أراد المتحدث أن يتحكم في مسار الحديث بحيث يستطيع الناس متابعته، فعليه بتنظيم الحديث جيدًا؛ فالمتجدث الذي يمكن متابعته هو المتحدث المنظم.

تقسيم الحديث

يتكون الحديث من ثلاثة أجزاء، وهي المقدمة والمحتوى الرئيسي والخاتمة. وكل جزء منها له أهميته، ولكن يكون الحكم على الحديث من خلال المحتوى. ويقوم العديد من المتحدثين بإعداد هذا الجزء أولاً ثم العودة إلى المقدمة والخاتمة. ولكن هذا أمر غير صحيح؛ لذا يجب على المتحدث أن يقوم بإعداد الحديث بالترتيب الذي سيقوله به مع ضرورة تذكر ما تم تعلمه في الفصل السابق. كما يجب على المتحدث أن يبدأ دائمًا بتحديد الهدف كخطوة أولى، ولكن هذا لا يعني أنه لا يمكن تغيير الهدف بعد ذلك، بل يجب أن يكون الهدف هو نقطة البداية.

جوانب تنظيم الحديث

يوجد ثلاثة جوانب لعملية التنظيم. ويجب على المتحدث أن يستعين بها جميعًا حتى يستطيع الاحتفاظ بانتباه الجمهور طوال مدة إلقاء الحديث. ويتمثل الجانبان الأول والثاني في وضع مخطط للحديث والانتقال من فكرة إلى أخرى، أما الجانب الثالث فيتعلق بترتيب عرض المعلومات أو نسق التنظيم.

وضع مخطط الحديث

لكل متحدث بارع طريقته المختلفة في عرض مادته، ولكنهم جميعًا يتفقون في شيء واحد وهو وضع مخطط جيد. ويعمل هذا المخطط على إلقاء الضوء على العناصر المهمة في الحديث ويساعد على التخلص من الحشو الزائد، كما يساعد على اختيار أفضل المعلومات التي تدعم الحديث. فالمخطط يجعل المتحدث يقوم بتحليل الأسلوب كما أنه يكشف عن الفجوات والأخطاء الموجودة في الحديث.

علاوة على ذلك، يساعد المخطط الفعال على الأداء بصورة أفضل؛ لأن المتحدث يستطيع تصور الأفكار الرئيسية في ذهنه. وبهذا يقوم المتحدث بإلقاء الحديث بسهولة حتى الخاتمة ودون تردد.

من أهم مميزات المخطط الجيد إمكانية تعديله ليتناسب مع المواقف والاحتياجات المختلفة؛ فيمكن التغيير من حديث يستغرق ٢٠ دقيقة إلى حديث يستغرق خمس دقائق فقط والعكس.

في الواقع، يجب على المتحدث أن يكون مستعداً لإلقاء حديث طويل أو متوسط الطول أو قصير، وخاصةً إذا كان هو آخر من سيتحدث وتجاوز المتحدثون قبله حدود الوقت المسموح به. من الممكن الاستفادة من وضع مخطط للحديث في هذا الشأن. على سبيل المثال، إذا ما قل الوقت المتاح، يحذف المتحدث الأجزاء الأقل أهمية من الحديث بما يناسب الوقت.

بساطة وترتيب المخطط

إن الخطأ الذي غالبًا ما يرتكبه بعض المتحدثين عند عمل المخطط هو التعقيد وعدم الترتيب. فقد يرغب المتحدث في مناقشة بنود متعددة وكلها تبدو مهمة حيث لا يريد أن يترك حقائق أو موضوعات رئيسية، ولكن هذا الأسلوب يضعف الحديث. من غير الممكن أن تكون كل هذه البنود على القدر نفسه من الأهمية، ولن يستطيع الجمهور استيعاب هذه النقاط الكثيرة.

يجب على المتحدث أن يحدد أولوياته. حيث يحدد في البداية ثلاث أو أربع أفكار رئيسية يجب مناقشتها. وبعد ذلك، يقوم بتحديد الأفكار الفرعية التي تساعد الجمهور على استيعاب المعلومة.

من الكلمات التي تساعد المتحدث في عمل مخطط جيد "البساطة والترتيب". وهذا مثال لمخطط جيد يتناسب مع معظم الأحاديث، وهو مصمم بحيث يعمل على شد انتباه الجمهور والاستحواذ عليه وإمدادهم بالقدر الصحيح من المعلومات.

نموذج لمخطط جيد لعرض تقديمي يستغرق ٢٠ دقيقة

١- **المقدمة:** (وتستغرق ٥ في المائة من الوقت)

أ- الجملة الافتتاحية التي تشد انتباه الجمهور واهتمامه

(١) صياغة الجملة الافتتاحية

(٢) وضع المواد المدعمة إذا تطلب الأمر ذلك

ب- نقطة تقديمية ثانية (عند الضرورة)

٢- **المحتوى الرئيسي للحديث:** (ويستغرق ٩٠ في المائة من الوقت)

أ- النقطة الرئيسية الأولى في الحديث

(١) نقطة فرعية مدعمة للنقطة أ

(٢) نقطة فرعية أخرى مدعمة للنقطة أ

ب- النقطة الرئيسية الثانية في الحديث

(١) نقطة فرعية مدعمة للنقطة ب

(٢) نقطة فرعية أخرى مدعمة للنقطة ب

ج- النقطة الرئيسية الثالثة في الحديث

(١) نقطة فرعية مدعمة للنقطة ج

(٢) نقطة فرعية أخرى مدعمة للنقطة ج

٣- **الخاتمة:** (وتستغرق ٥ في المائة من الوقت)

أ- ملخص الحديث

(١) الكلمات الختامية الشائعة

(٢) شكر الجمهور

الانتقال من فكرة لأخرى

يعد أسلوب الانتقال من فكرة إلى أخرى من الأمور الأولية في الحديث لدرجة أن بعض المتحدثين يغفلون عنه ويركزون على وضع المخطط. لكن يتم من خلال هذه العملية التحول من جزء في المخطط إلى جزء آخر؛ حيث يعتبر أسلوب الانتقال الجيد من أسرار محترفي الحديث. وإذا ما تم النظر إلى نموذج المخطط السابق، فسيتضح أنه ينبغي أن يكون هناك أساليب انتقالية بين كل نقطة رئيسية وأخرى فرعية. وهذه الأساليب في الانتقال مهمة في تنظيم وتقديم العروض التقديمية الجيدة، وقد تم إفراد الفصل الحادي عشر بالكامل لمناقشة هذا الأمر.

بعد أن يقوم المتحدث بكتابة ثلاث أو أربع نقاط مهمة، يجب عليه أن يقوم بتدوين كل شيء يمكنه التفكير فيه لدعم هذه النقاط الرئيسية (لمزيد من المعلومات، انظر الفصل السابع). وتعتبر الفكاهات والأبحاث والقصص والحقائق أشياء ضرورية لتدعيم الحديث وجعله مميزًا وفعالاً.

اختيار نسق الحديث

بعد أن يقوم المتحدث بتجميع العناوين الفرعية والأمثلة المندرجة تحت النقاط الرئيسية، تكون مهمته التالية تنسيق التتابع الذي سيعرض به الحديث مع ضرورة أن يكون هذا التنسيق مناسبًا للهدف من الحديث. ويجب أن يكون اختيار التتابع متدرجًا من نقطة إلى أخرى، لكي يظل الحديث جذابًا شيقًا. فقد يكون من الممكن سرد ١٠ نكات معًا، ولكن إذا كان الترابط بينها غير موجود ولم تكن ذات علاقة بالموضوع، فلن يكون الجمهور راضيًا. ومن ناحية أخرى نجد أنه من المنطقي سرد سلسلة من الحقائق بترتيب زمني، ولكن هذا قد يكون أيضًا شيئًا مملاً في الحديث.

يجب على المتحدث أن يختار أسلوبًا للتنظيم، ولكن يجب ألا يتوقع نتائج مذهلة؛ فآخر شيء يريده المتحدث جمهوراً يشعر بالرضا وعدم الاهتمام. ففي إحدى المرات، وبينما كنت ألقي خطابي، وقعت في أحد الأخطاء؛ حيث قلت: "فلأكن أكثر تنظيمًا". عندئذ، شعرت بفتور حماس الجمهور؛ ولهذا أسرعت مضيفة: "لقد قلت تنظيمًا، ولم أقل مللاً"، وعندها استعاد الجمهور حماسه.

قد يبدو مخطط الحديث ثابتًا وغير مرن، ولكن يحكمه تتابع الأفكار، وهنا يمكن للمتحدث أن يبتكر. فمن الممكن أن يبدأ بالنقاط الصغيرة حتى يصل إلى الذروة، أو قد يبدأ بشد انتباه الجمهور ثم يسرد باقي النقاط الأقل إبهارًا.

لا يعني التنظيم أن هناك طريقة واحدة لعمل شيء ما. فبعض الشركات تقوم بتدريب موظفيها على استخدام الأسلوب نفسه وغالبًا وسائل الإيضاح المرئية نفسها في جميع العروض التقديمية. وقد يكون هذا حسنًا بالنسبة لشخص واحد يخاطب الجمهور. مع ذلك، تقتضي الحاجة أحيانًا أن يستمع الجمهور لمجموعة من المتحدثين الواحد تلو الآخر. في هذه الحالة، إذا تم تقديم جميع العروض التقديمية بالنسق نفسه وباستخدام أسلوب التنظيم نفسه، فلن يستطيع الجمهور استيعاب المغزى من الحديث (وسيكون الحديث مملاً أيضًا).

يستطيع الكاتب الماهر الوصول إلى الهدف باستخدام مائة طريقة مختلفة، ويمكن لأي متحدث اتباع الأسلوب نفسه. فمن الممكن أن يقوم بتنظيم النقاط باستخدام أساليب التضاد والمقارنة والبدء من الأقدم إلى الأحدث ومن البسيط إلى المعقد ومن الأكبر إلى الأصغر ومن الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية.

مهما كان الهدف من الحديث، يجب على المتحدث أن يقوم بإلقائه بمهارة تناسب طريقة تفكيره وأسلوبه، وتساعد الجمهور على المتابعة بوضوح ومنطقية. كما يجب على المتحدث أن يترك شيئًا للنهاية؛ حيث يجب أن تكون النهاية مشوقة.

النُسُق التقليدية لتنظيم الحديث

يجب على المتحدث ألا يتبع أسلوبًا مبنيًا على استخدام سلسلة من الشرائح المنفصلة. فربط مجموعة من النقاط ببعضها قد يكون مملاً. وقد تبدو مثل مسرحية أو فيلم حيث لا يكون هناك ترابط بين المشاهد، وبالتالي تكون المتابعة صعبة.

يمكن تقديم الحديث بعدد لا نهائي من الطرق والأساليب، ويمكن أن تثبط هذه المعلومة همة الأشخاص الذين لا يبحثون عن أية طريقة فحسب ولكن عن نسق للعرض التقديمي يعرف عنه أنه فعال ومؤثر. إليك فيما يلي أربعة نُسُق أساسية تمت تجربتها واتضح نجاحها. كما أنها ليست مملة أو يمكن توقعها؛ حيث إن هذه الصفات قد تنطبق على اتجاه التفكير

والمادة المستخدمة وطريقة الإلقاء. ويشترك النسق مع المخطط في أن كلاً منهما نموذج خالٍ؛ حيث يتحكم المتحدث في مدى فاعلية أو تأثير كل منهما.

١- **الأسلوب التسلسلي**: وفي هذا الأسلوب يقدم المتحدث الأحداث بالتسلسل الذي تحدث به (مثل الخطوات الضرورية لبدء عمل جديد أو تركيب جهاز كمبيوتر جديد). كما يحدد التسلسل الزمني أيضًا سياقًا زمنيًا للحدث، وبهذا يكون من السهل على الجمهور المتابعة.

٢- **الأسلوب التصنيفي**: ويكون هذا الأسلوب مفيداً عندما لا يكون للمتحدث أسلوب واضح للتنظيم أو عندما لا يقتصر الموضوع على إجراء أو عملية أو إطار زمني.

ويقوم المتحدث بوضع عناوين لها مغزى للنقاط الفرعية تتعلق بالموضوع العام. فعلى سبيل المثال، عندما كنت ألقي خطابي عن موضوع (نجاح المبيعات)، وكان الموضوع يشتمل على أربع فئات: (القدرة الشخصية) (القدرة التنظيمية) (القدرة اللغوية) (قوة المبيعات)، كان الأسلوب التصنيفي هو المناسب في عرض الأفكار الجديدة التي لم يتعامل معها الجمهور من قبل.

٣- **أسلوب عرض المشكلة والحل**: عادةً ما يُستخدم هذا الأسلوب في الأحاديث المتخصصة، ولكنه يعتبر أسلوبًا مؤثرًا في أي حديث يحتاج المتحدث فيه إلى عرض الوضع الحالي وكيفية التعامل معه والحلول المستقبلية. ونجد أن معظم الأحاديث الجيدة تعرض مشكلة، ويجب أن تستحوذ هذه المشكلة أو النتائج المترتبة عليها على انتباه الجمهور، وغالبًا ما يتضمن هذا الأسلوب:

- أعراض المشكلة – حيث يتعرف الجمهور على المشكلة القائمة وضرورة حلها.
- التعرف على المشكلة الحقيقية – حيث يقوم المتحدث بتحليل وعرض الكيفية والزمان والمكان والكم والعدد وسبب المشكلة، ثم يقوم بمحاولة الربط بين إجابات هذه الأسئلة وإعادة عرض الأهداف المتعلقة بالمشكلة.
- الحلول الممكنة – فيجب ألا يشتمل الحديث فقط على قائمة بالحلول، بل يشتمل أيضًا على حصر لهذه الحلول وتقييم إجمالي لها والتوصية باستخدام أفضل حل أو مجموعة من هذه الحلول.

ويمكن استخدام أسلوب عرض المشكلة والحل بطريقة مقنعة ومؤثرة إذا أراد المتحدث من الجمهور اتخاذ قرار ورد فعل. كما أن هذا الأسلوب يكون فعالاً عند عرض الحقائق التي توصل إليها المتحدث بطريقة مؤثرة.

٤- **التناقض والمقارنة:** وفي هذا الأسلوب يقوم المتحدث بجعل الجمهور قادراً على تقييم الأفكار والخطط البديلة عن طريق شد انتباههم للاختلافات والتشابهات. من الأمثلة على ذلك موضوع نجاح المديرين غير المتفتحين مقارنةً بالمديرين الأكثر مرونة أو تعيين أشخاص داخل الشركة في مجال معين أو في مقابل الاستعانة بمستشارين من الخارج أو الطرق المختلفة التي تستخدمها شركتان في مواجهة إحدى المشكلات. تجدر الإشارة إلى أن استخدام المقارنات لا يوضح فقط بل يساعد على صياغة المناقشة.

الجمع بين أكثر من أسلوب

يمكن الجمع بسهولة بين هذه الأساليب الأربعة، ومهما كانت الطريقة التي يتم من خلالها تقديم المعلومات، فإنه من واجب المتحدث الجمع بين هذه الأساليب بأفضل شكل يتوافق مع الموضوع والجمهور والأهداف.

بصفة عامة، من الممكن الاستعانة بمنهج السؤال في أي أسلوب؛ حيث يستطيع المتحدث تشويق الجمهور عن طريق إعادة صياغة النقطة التي يتحدث فيها على شكل سؤال.

مراجعة التنظيم قبل التحدث

بعد أن يقوم المتحدث بالبحث والتخطيط والكتابة والتنقيح، يصبح مستعداً للحديث. ولكن عليه أن يتأكد من الإعداد مستعيناً بالقائمة التالية التي تشتمل على سمات الحديث المنظم بصورة جيدة:

- ☑ الهدف الواضح
- ☑ الموضوع الشيق بالنسبة للجمهور
- ☑ التسلسل القوي المنطقي الواضح للأفكار
- ☑ عرض الأفكار بطريقة تسهل متابعتها

- ☑ مواءمة الحديث لاتجاهات الجمهور وظروفه الخاصة
- ☑ الانتقال من فكرة إلى أخرى بوضوح وتحديد وتعمق
- ☑ عدم الإسهاب في المعلومات والحديث فيما يتعلق بالأفكار الرئيسية فقط
- ☑ الدعم الكافي للأفكار التي يشتمل عليها الحديث
- ☑ التلخيص الذي يساعد الجمهور على التأكيد على الأفكار الرئيسية في الحديث
- ☑ صياغة الخاتمة بحيث تشتمل على ما يريد المتحدث أن يعرفه الجمهور أو يفعله أو يشعر به

إذا توفر للمتحدث المخطط الذي يرضى عنه، فستكون لديه الرغبة في إضافة أكبر قدر ممكن من المعلومات. وعندئذ عليه أن يتجنب هذه الرغبة حتى يستطيع تجنب الخطأ التالي في الحديث وهو "الإسهاب في المعلومات".

نصائح مهمة: التنظيم

١ – تخيل نفسك مديراً في شركة استشارية كبرى، وأنه قد طُلب منك تقديم عرض تقديمي أمام أحد العملاء المهمين حول الفوائد التي ستعود عليه من التعامل مع شركتك. هكذا، سيكون الهدف هو الحصول على وعد من العميل بالتعامل مع الشركة.

يجب أن تقوم بإعداد عرض تقديمي للعاملين معك حول أهمية العمل الجماعي.

قم بتنظيم الحديث من خلال هاتين الطريقتين:

أ– التناقض والمقارنة

ب– عرض المشكلة والحل

٢ – قم بفحص مخططات الكتب الوثائقية الموجودة في مكتبتك لمعرفة ما إذا كانت هناك طرق أخرى للتنظيم. ابحث أيضًا عن النقاط التي يمكن إضافتها أو حذفها.

الفصل السادس

الخطأ الثالث - الإسهاب في ذكر المعلومات

عندما أطرح السؤال: "ماذا يعني الإفراط في ذكر المعلومات؟" على الجمهور في أي من ورش العمل التي أقوم بعقدها، دائمًا ما تكون الإجابة "الملل".

عندما يواجه المتحدث جمهوراً يعرف المعلومات التي سترد في حديثه، يشعر أنه من واجبه تزويده بالمعلومات التفصيلية بقدر استطاعته. وهذا الإسهاب الزائد في المعلومات يعطي بعض المتحدثين شعوراً بالأمان، وسرعان ما يعتاد المتحدث على الاستعانة به في تبديد قلقه.

إن حب المتحدثين للإسهاب في المعلومات أمر يمكن استيعابه؛ حيث اعتاد الناس على الإسهاب في الحديث لاعتقادهم أن زيادة المعلومات أفضل. لكن هذه القاعدة لا تنطبق على الحديث. فعلى الرغم من أنه ينبغي أن يكون الحديث غنيًا بالأمثلة والتوضيحات، فإنه لا بد وأن يكون موجزًا في الحقائق والأرقام والقوائم. ويعد ذلك صحيحًا بصفة خاصة مع العروض التقديمية للموضوعات الفنية المتخصصة، والتي يميل المتحدثون فيها إلى عرض قدر أكبر من اللازم من المعلومات.

خطورة الإفراط في عرض المعلومات

عادةً ما تبدو الحقائق مطمئنة؛ حيث إنها تدعم الحديث وتوفر له أرضًا ثابتة يقف عليها. ولكن نجد أن المتحدث القلق يقوم بجمع المعلومات لأسباب عديدة، غير مدرك أن هذا الإسهاب مضر بالحديث؛ لأن جمع المعلومات أسهل بكثير من صياغتها بطريقة شيقة. ويستخدم بعض المتحدثين الحقائق لكي تدعم حديثهم معتقدين أن زيادة المعلومات تجعل الحديث أكثر مصداقية وفعالية. فهم يستخدمون الحقائق حتى يعطوا للحديث بعداً موضوعياً، مما يزيد من قوته وتأثيره. من ناحية أخرى، نجد أن بعض المتحدثين يشعرون أن الجمهور يحتاج إلى معرفة المزيد من الحقائق؛ ولهذا يقومون بحشو حديثهم بالمعلومات والقوائم في محاولة لإرضائه.

ومهما كانت نية المتحدث حسنة، فإن كلا الاتجاهين خاطئ ويعمل في غير صالح المتحدث والجمهور. فعادةً ما يشعر الجمهور بالملل سريعًا. ولهذا يكون من الأفضل للمتحدث أن يقوم بعرض وتوضيح ثلاث أو أربع أفكار بصورة جيدة بدلاً من الإسهاب في عرض المعلومات. وذلك لأن الحقائق الزائدة تجعل الجمهور يفقد حماسه بدلاً من أن تعزز موقف المتحدث.

لكن المشكلة أعمق من ذلك؛ فالإسهاب في المعلومات لا يعتبر أفضل أساليب الدعم للحديث. وذلك حيث يمكن لأي فرد أن يقرأ مجموعة من الحقائق، أما وظيفة المتحدث فهي عرض المعلومة بأسلوب شيق وطرح وجهة نظره بأسلوبه الخاص. فالجمهور لا يريد الموضوعية المطلقة؛ ولكنه يريد معرفة رأي المتحدث حول الموضوع محل الحديث.

عدم الابتعاد عن الموضوع الرئيسي

يجب على المتحدث أن يتذكر أنه تمت دعوته للتحدث لأسباب لا تتعلق بمهاراته في البحث. لقد حدث ذلك لأن لديه رأيًا متميزًا يتعلق بهذا الموضوع أو وجهة نظر خاصة.

لقد كانت أول وظيفة أعمل بها هي التدريس للطلاب المتفوقين في المرحلة الثانوية. وقد كنت عصبية جدًا لأنني اكتشفت أنهم أكثر ذكاءً مني؛ وقد كان ذلك صحيحًا دون شك. ولذا بذلت المزيد من الجهد في البحث قبل كل حصة دراسية ولكنها كانت دائمًا معركة خاسرة أن أحاول التفوق عليهم.

في هذا الوقت، لم أكن أدرك أن لدي ما يكفي من المعرفة عن المادة. ما كنت أحتاجه فعلاً كان يتمثل في القدرة على عرض هذه المعلومات بأسلوب أكثر تشويقًا وإفادة لتلاميذي. فربما كان ذكاؤهم أكبر، أما أنا فكانت لدي الخبرة اللازمة لشرح الحقائق بصورة أكثر جاذبية. وعندما أدركت أن الهدف من وجودنا معًا أن يستمعوا إلى شرحي للمادة أحسست بالراحة.

عرض المعلومات بأسلوب مشوق

قد يقول أحد الأفراد إن الحديث يحتوي على الكثير من المعلومات حتى لو لم يكن كذلك؛ وهذا إذا لم يتم عرض هذه المعلومات بطريقة مشوقة. فمن المعروف أن جمع المعلومات أسهل من عرضها بصورة شيقة ومفيدة. (لا يمكن الادعاء أن إلقاء الحديث أمر سهل).

من جهة أخرى، يتمثل الخطأ الأساسي في الأحاديث المتخصصة في الاعتماد على سرد المعلومات المتخصصة الصعبة بصورة زائدة. فأي شخص من الجمهور – بما في ذلك العلماء – لا يريد أن يتم إلقاء النتائج إليه كما هي من خلال العرض التقديمي، لكنه يريد شرحًا للحقائق وصياغتها بأسلوب قصصي مشوق. تجدر الإشارة إلى أن كل العروض التقديمية التي شاهدتها تقريبًا كانت تحتاج إلى الاختصار إلى النصف، كما كانت وسائل الإيضاح المرئية في حاجة إلى تبسيط.

يجب على المتحدث تجسيد وتنقيح المعلومات؛ فبعد أن قام ابني بحضور دورة دراسية عن التاريخ العسكري، سألته ما أكثر شيء جذب انتباهه فيما تعلمه. فقال لي إنه كان مندهشًا من طول المدة التي كان يستغرقها الجنود في حشو البنادق بالرصاص ومدى صعوبة إطلاق النار في الزمن القديم. فلقد رأى البيانات معروضة أمامه عن طريق تجسيدها بأسلوب درامي. لذا يجب على المتحدث أن يفعل الشيء نفسه بأن يعرض الحقائق بشكل تجسيدي.

كذلك، فإنه من السهل أيضًا التوصل إلى افتراضات خاطئة عن مستوى المعلومات المناسب للجمهور. على سبيل المثال، عند الحديث مع مسئولي الإدارة العليا، يشعر المتحدث أن بإمكانه ملء حديثه بالمعلومات الفنية المتخصصة، لأن جمهوره ينتمي إلى هذا المستوى المرتفع من الوظائف. في الواقع، عندما يصل الشخص إلى مستوى الإدارة العليا، فإن ما يتمتع به من مهارات يصبح مهارات عامة ويصبح أقل إلمامًا بالتفاصيل المتخصصة مقارنة بالفنيين الذين يرأسهم.

تحقيق الفعالية عن طريق الإيجاز

إذا قام المتحدث بتجميل وتزيين الحقائق عن طريق سرد القصص والأدلة، فإن هذا يجعل الحديث مميزًا ويثبته في ذهن الجمهور، ومن المحتمل أن يكون لدى المتحدث قدرًا من الحديث أكبر من الوقت المتاح. فإيجاز الحديث الذي بذل المتحدث فيه جهدًا كبيرًا حتى يتناسب مع وقت محدد يبدو أمرًا صعبًا وغريبًا بل ومستحيلاً، ولكنه أمر ضروري. فعندما يقوم المتحدث بإيجاز حديثه تكون فرص إنصات الجمهور إليه أكبر؛ لأن الإسهاب يؤدي إلى التكرار ونقص التركيز.

إن إيجاز كل شيء يعرفه المتحدث عن الموضوع في عناصر رئيسية منقحة يتطلب الكثير من الوقت والتفكير. ولقد سئل "ودروو ويلسون" - آخر رئيس أمريكي يقوم بكتابة خطبه بنفسه - عن طول المدة التي كان يستغرقها منه إعداد خطاب مدته ١٠ دقائق، فأجاب: "أسبوعان". أما عن مدة إعداده لحديث مدته ساعة، فأجاب: "أسبوع". وفيما يتعلق بعرض تقديمي مدته ساعتان، أوضح أنه يمكنه تقديمه دون إعداد.

قواعد الحديث

في فصول فن التحدث التي أقوم بتدريسها، أطلب من الناس إعداد حديث يستغرق ثلاث دقائق في أي موضوع يهمهم. في الواقع، لا يكفي هذا الوقت إلا لقول عدد محدود من الكلمات. هكذا، عندما يتم إلقاء هذه الأحاديث، لا يستطيع أحد في الغالب الانتهاء في الوقت المحدد.

وتكمن المشكلة في أن معظم الناس لديهم فكرة غير واقعية عما يمكن قوله في مثل هذا الوقت القصير. وإذا كان الناس يفعلون ذلك في حديث مدته ٣ دقائق، لك أن تتخيل ما يمكن أن يفعلوه في حديث يستغرق ٢٠ دقيقة وكل فرد يحاول التكلم بما يتناسب مع الوقت المتبقي أو يتحدث بسرعة، عندما يدرك أن الوقت أوشك على الانتهاء. وتوضح هذه المشكلة الخاصة بتناسب الحديث مع الوقت المتاح نقطة رئيسية تؤثر على فعالية الحديث أو العرض التقديمي ألا وهي التدريب على إلقاء الحديث وتناسب ذلك مع الوقت المتاح. وعلى الرغم من أن الطريقة الوحيدة لمعرفة ما إذا كان الوقت المحدد كافيًا للحديث هي التدريب على ذلك، فإن هناك بعض الخطوط الإرشادية للوقت يمكن للمتحدث الاستعانة بها قبل الكتابة. فإذا كان الحديث محدد له ٢٠ دقيقة، فهذا يكفي لمناقشة أربع نقاط رئيسية. وإذا كان الوقت المحدد ٣٠ دقيقة، فهذا يكفي لمناقشة خمس نقاط، أما إذا كان الحديث يستغرق ساعة كاملة، فهذا يكفي لمناقشة ثماني أفكار رئيسية.

بعد كتابة الحديث، يمكن التأكد من الوقت عن طريق عد الكلمات. فإذا كان المتحدث يتكلم بسرعة ١٥٠ كلمة في الدقيقة، فإنه يمكن - مع إضافة دقيقة أو اثنتين لرد فعل الجمهور أو أي شيء قد يقاطع المتحدث - تقدير الوقت الذي يستغرقه الحديث. ويعتبر تحديد الوقت في أثناء التدريب أفضل الطرق لتقدير الوقت بدقة، أما عد الكلمات فيجعل المتحدث يعرف ما إذا كان أداؤه يتحسن أم لا قبل البدء في إلقاء الحديث.

تجدر الإشارة إلى أن هذه القيود تجعل المتحدث يبدو وكأنه ليس لديه الكثير من الوقت – وهذا أمر واقعي. من ثم، فإن الالتزام بهذه القيود يزيد من قدرة المتحدث، ويساعده في تحديد واختيار الأفكار الرئيسية بعناية.

احترام حدود وقت الجمهور

يصل الجمهور إلى أقصى قدرة له على الاحتمال بشكل أسرع مما يعتقد معظم المتحدثين. فمتوسط فترة تركيز الانتباه – أي الوقت الذي يكون فيه الجمهور منتبهًا تمامًا لموضوع ما دون تشتيت – حوالي ثمانِ ثوان؛ حيث ينسى الناس عادةً ٢٥ في المائة مما سمعوه خلال ٢٤ ساعة، و٥٠ في المائة في خلال ٤٨ ساعة، و٨٠ في المائة في خلال أربعة أيام. وفي الماضي كانت فترة تركيز انتباه الجمهور ثلاث دقائق ونصف، أما في هذه الأيام قل هذا المعدل إلى دقيقتين ونصف. لهذا السبب، قلت الفترة التي تفصل بين تتابع إعلانات التليفزيون في الوقت الحالي. بصفة عامة، تؤثر كلمات المتحدث المتميزة على أفكار الناس في أحداث حياتهم اليومية وفي خططهم المستقبلية. لذلك، يجب على المتحدث أن يكون موجزًا ومختصرًا حتى يكون أكثر تأثيرًا. كما أن هذه القدرة على الإيجاز تساعد المتحدث على ألا يكون مملاً، فالملل أكبر خطأ يمكن أن يقع فيه المتحدث.

نصائح مهمة: التدريب على تحرير الحديث

١- اختر مقالة أو افتتاحية من أية جريدة محلية وقم باختصارها في فقرة واحدة قصيرة تشتمل على الفكرة الرئيسية.

٢- استرجع آخر عرض تقديمي قدمته لمدة ٢٠ دقيقة. تخيل أنك آخر متحدث في اليوم وليس لديك إلا خمس دقائق فقط لتقديم هذا العرض. قم بتحديد الأفكار الرئيسية التي ستذكرها بالإضافة إلى ما يمكن حذفه.

الفصل السابع

الخطأ الرابع - نقص الدعم والأدلة

إن وظيفة المتحدث سرد المعلومات على شكل روائي شيق. فلقد قالت "إميلي ديكنسون" ذات مرة – وهي تصف كاتبة أخرى من عصرها: "إن لديها الحقائق ولكنها تفتقد التألق". ولا يظهر هذا التألق – وهو الضوء الداخلي الذي ينتقل من المتحدث إلى جمهوره من خلال الحديث المؤثر – إلا عندما يخاطب المتحدث مشاعر الجمهور وليس عقله فقط. وكل متحدث يحب أن يوصف حديثه بأنه مشوق ومميز وفعال وليس مملاً. ويتمثل أقصر الطرق للتوصل إلى القدرة على صياغة هذا النوع من الحديث في النجاح في استخدام الدعم للحديث من الأمثلة والنوادر وباقي الوسائل الأخرى. وذلك لأنه دون تدعيم الحقائق يفقد الجمهور اهتمامه بالحديث. وقد يبذل المتحدث مجهوداً في المقدمة والخاتمة لتكون مميزة وليسهل تذكرها، ولكنه يهمل القيام بذلك مع المحتوى الرئيسي للحديث. قد يكون ذلك مفهومًا؛ لأنه من الصعب المحافظة على اهتمام الجمهور بكل عنصر في الحديث. وعلى الرغم من أن ذلك قد يكون صعبًا، فإنه ضروري لكي يكون الحديث فعالاً. ويعتبر استخدام الأمثلة التي تضفي على الحديث حيويةً أفضل الطرق للحفاظ على اهتمام الجمهور بالحديث. فالأمثلة التي تعتمد على اللغة الحية والقصص النابضة بالحياة والمصادر المشهورة توقظ الجمهور وتجذب انتباهه.

خطة النجاح

من المعلومات المهمة التي يمكن أن تساعد المتحدث وتسهل الاستعانة بها أن يقوم المتحدث بتحديد الأفكار الرئيسية وإعطاء مثال وصفي عليها ثم إعادة صياغتها بأسلوب مبتكر. وهذه الخطة مصممة لمساعدة المتحدث على صياغة الأمثلة والتوضيحات. فكل نقطة رئيسية في الحديث تتطلب دليلاً مدعمًا لها لكي تكون بارزة. كما يجب على المتحدث أن يستفيد من أساليب الآخرين – عن طريق التكرار والتوضيح – فاتساق الأفكار هو الطريق للوصول إلى حديث فعال.

وفي برامجي للتدريب، أدرك أهمية تناسق الأفكار؛ فأقوم بتحويل الدروس إلى ألعاب وأدوار تمثيلية حية وأمثلة واقعية؛ فهذا يساعد الناس على التذكر بصورة أفضل من العرض الجاف. وهذا الأمر ينطبق على الحديث أيضًا؛ لأن الناس يتذكرون القصص الحية والأمثلة، فيجب على المتحدث أن يكثر من استخدامها لرفع مستوى التذكر عند الجمهور.

إذا قام المتحدث بتطبيق هذه الخطة وقام بتصنيف جميع المواد المدعمة لحديثه، فقد يتبقى لديه جزء من مادة حديثه. إذا كان هذا الجزء لا يتسق مع الأفكار الرئيسية، فإنه على الأرجح غير ذي أهمية. من ثم، يجب حذف هذا الجزء حتى لا يكون الحديث طويلاً. فالقاعدة الأساسية هي الالتزام بالأفكار الرئيسية والتخلص من الباقي. ولكن مع هذا قد يكون هذا الجزء مفيداً إذا كان المطلوب إلقاء حديث طويل. فلقد كنت أقوم بصياغة حديثين أحدهما يستغرق ١٥ دقيقة والآخر يستغرق ٤٥ دقيقة في الموضوع نفسه. من ثم، كنت أستعين بالأجزاء غير المهمة، شريطة أن تقتضي الحاجة ذلك وأن يكون لها موضع مناسب.

من الممكن أيضًا أنْ يجد المتحدث بعض المعلومات المهمة ولكنها لا تتناسب مع الأفكار الرئيسية للموضوع. في هذه الحالة، قد يعني ذلك أن الأفكار الرئيسية التي يتحدث عنها ليست بالاتساع الكافي. من ثم، عليه أن يعيد صياغتها بطريقة أكثر اتساعًا وفي إطار أكبر.

إعطاء الجمهور فرصة للتخيل والإبداع

ما السبب في نجاح الخطة السابقة؟ السبب أنها تعمل على تحفيز كلا الجانبين من المخ - الأيمن والأيسر - حيث يتحكم كل جزء في أساليب مختلفة من التفكير. ويوضح الجدول القادم طرق التفكير التي يتحكم فيها كل جانب.

على الرغم من أنه لا يوجد إنسان يعتمد كليةً على الجانب الأيمن فقط أو الجانب الأيسر فقط، فإن معظم الناس لديهم تميز في أسلوب تفكير معين عن غيره، ولكن يوجد بعض الناس الذين يعتمدون على كلا الجانبين بطريقة متساوية. وتتركز موضوعات الجانب الأيمن على التفكير المنطقي والتحليل والدقة بينما تتركز موضوعات الجانب الأيسر على الجمال والشعور والإبداع. فإذا أراد المتحدث أن يجعل حديثه أكثر إلهامًا، فيجب أن تتم الاستعانة بجزء من الجانب الأيمن وهو العواطف.

لن يستطيع المتحدث أن يعرف كم فرداً من الجمهور يعتمد على الجانب الأيسر وكم فرداً يعتمد على الجانب الأيمن، ولذا عليه أن يعمل على تحفيز كلا الجانبين. فلو كان اهتمامه منصبًا فقط على الجزء الأيسر (أي الحقائق فقط)، سيشعر الجمهور حتى من يعتمد منهم على الجانب الأيسر بالملل وعدم الراحة، وبهذا يتشتت انتباههم. من ثم، على المتحدث أن يقوم كل دقيقة بتنشيطهم في محاولة لاستعادة انتباههم وذلك بعمل فاصل يتضمن أمثلة وقصصاً وصوراً إبداعية.

سمات تفكير الجانب الأيسر	سمات تفكير الجانب الأيمن
منطقي	حدسي
عقلاني	غريزي
تحليلي	ابتكاري
موضوعي	ذاتي
تسلسلي	جزافي

العبارات السحرية الثلاث

توجد طريقة فعالة لتقديم هذا الفاصل الذي يعمل على تحفيز الجانب الأيمن وهي ما أسميها (العبارات السحرية الثلاث). فعندما كنت ألقي خطابًا وأخبر الناس أن هناك ثلاث عبارات سحرية، ينتبهون على الفور ويعدون أوراقهم لكتابتها مهما كانت خبرتهم كمتحدثين. وهذا لأن كل فرد يريد أن يصبح متحدثًا بارعًا بسهولة. وهذه هي العبارات الثلاث: "إن الأمر أشبه بـ ..." و"على سبيل المثال ..." و"تخيلوا فقط أن ...".

إن هذه العبارات الثلاث تساعد على شد انتباه الجمهور في الاتجاه الذي يريده المتحدث. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث يحاول أن يقنع زملاءه بالمشاركة في التبرع بالدم، يمكن أن يشتمل الحديث على كل الحقائق المرتبطة بعدد الناس الذين يحتاجون إلى الدم كل يوم وعن نقص الكميات المتاحة. ولكن سوف يحتاج المتحدث إلى أن يكون أسلوبه أكثر فعالية بأن يضيف بعض العبارات مثل: "تخيلوا فقط أن شخصًا عزيزًا عليكم قد أصابه مكروه ويحتاج إلى الدم وليس هناك كميات كافية منه". فمع هذا المثال الذي يعمل على تحفيز الجانب الأيمن من المخ سوف تزيد احتمالات استجابة الناس بشكل أفضل من الحال عند سرد الحقائق فقط.

إليك مثالاً يوضح استخدامًا جيدًا لعبارة: "إن الأمر أشبه بـ ..." فقد كنت ذات مرة أقرأ مقالة في إحدى الصحف عن مجس تم إرساله إلى كوكب المشترى بسرعة ١٠٦٠٠٠ ميل في الساعة. كانت هذه السرعة تفوق ما أستطيع أن أتخيله أو استوعبه. فلم يستطع كاتب الجملة أن يثير خيالي حتى قرأت الجملة التالية؛ حيث قال فيها إن الأمر أشبه بالذهاب من مدينة

نيويورك إلى مدينة سان فرانسيسكو في دقيقة ونصف. وبهذا استطعت أن أتخيل نفسي وأنا أجلس في طائرة وأتنفس نفسًا عميقًا وعندما أخرجه في الزفير أكون في سان فرانسيسكو. فهذه العبارة البسيطة: "إن الأمر أشبه بـ..." تعتبر مثالاً فعالاً على العبارات التي يمكن استخدامها في الحديث.

كذلك، فإن الأمثلة تضفي فاعلية على العروض التقديمية. فيجب على المتحدث أن يستخدمها متى استطاع ذلك. ولو أراد المتحدث أن يخبر الجمهور بأن لدى كلاً منهم طاقة كبيرة وعليه أن يستفيد منها، فيمكن له أن يضيف: "على سبيل المثال، كان "مايكل أنجلو" – النحات الشهير – يزعم أنه لم يبتكر تماثيله ولكنه أخرجها من طاقاته. فقد كان يخبر الفنانين الأصغر منه أن عليهم أن يجدوا قطعة من الرخام ويقوموا بعد ذلك بإزالة كل ما يزيد عن التمثال". وكل مرة يقول فيها المتحدث: "على سبيل المثال"، فإنه يشد انتباه الجمهور؛ حيث يعرف الجمهور أنه بعد هذه العبارة سيقوم المتحدث بشرح الفكرة بطريقة مختلفة أو بصورة أفضل أو سيقوم بتوضيح شيء لم يستطيعوا فهمه في المرة الأولى.

إذا استخدم المتحدث عبارة: "تخيلوا فقط أن ..." فعليه أن يستخدمها مرة أو مرتين فحسب. ويرجع ذلك إلى أن هذه العبارة لافتة للانتباه بشدة؛ وهو ما يجعل الجمهور يلاحظ سريعًا أن المتحدث يكررها. على الجانب الآخر، يمكن استخدام عبارة: "إن الأمر أشبه بـ..." و "على سبيل المثال" دون أن يلاحظ الجمهور تكرارها.

اختيار القصص المؤثرة

إن القصة المؤثرة أفضل من عرض كم هائل من الحقائق. ليس من الضروري أن تكون القصص مدهشة أو عجيبة؛ فغالبًا ما تكون الحوادث العائلية والخبرات الشخصية ذات فاعلية كبيرة. فقد قالت الكاتبة "سيو ميلر" في إحدى مقالاتها: "يمكن للمتحدث أن يبتكر قصة من أي شيء، فالصعب في القصة – والممتع فيها – ليس محتواها ولكن ما يهدف ويؤدي إليه هذا المحتوى".

مع ذلك، فإن الدعم، مثل أية أداة فعالة، يمكن الإفراط فيه وإساءة استخدامه. وتضمن الخطة السابقة لتحقيق النجاح ألا يصبح الحديث سلسلة من القصص؛ فيجب أن يتم استخدام القصص، وأدوات الدعم الأخرى في تأكيد النقاط الأساسية للحديث وليس العكس.

يجب أن يتأكد المتحدث من تدريبه على الأمثلة المدعمة والأقوال المقتبسة ومن دقتها وارتباطها بالهدف. فمن السهل أن يدعم المتحدث حديثه بقصة أو حقيقة دون التأكد منها معولاً على أنه لا أحد يكتب ما يقول وأنه يحافظ بذلك على انتباه الجمهور واهتمامه. ولكن في أي مجال أو حديث، من الممكن أن تتسبب مثل هذه المعلومات غير الدقيقة في حدوث متاعب فيما بعد. من ثم، فإن أفضل المتحدثين يقومون باستخدام بيانات دقيقة وتعريفات واضحة ومصادر جيدة. بطبيعة الحال، قد يحتاج إيجاد المصادر الموثوق منها إلى المزيد من البحث، ولكن الأمر يستحق ذلك.

القصص وفعالية الحديث

يعمل المتحدث على ترويج الحقائق باستخدام الأمثلة التي يتذكرها الجمهور بصورة أفضل من الحقائق المجردة. يجب على المتحدث أن يستخدم كل الأمثلة المدعمة التي تضيف تأثيراً إلى الحديث، ولكن لا بد أن تكون القصص والنوادر والمقارنات والأقوال المقتبسة مرتبطة بالموضوع.

من الضروري أن يعتاد المتحدث على البحث عن القصص الجيدة التي تجعل حديثه أكثر إثارة؛ فالجمهور يحب القصص. وفي أحد برامجي لتعليم فن التحدث أمام الآخرين، طلبت من الناس أن يقوموا بسرد قصة عن أول اختبار قيادة لهم أو عن أول يوم لهم في الجامعة في ٢٥ كلمة أو أقل. فتجمعت لدي حصيلة متنوعة من القصص المثيرة، وقال لي الناس بعد ذلك إن هذا كان أفضل جزء في البرنامج لأنهم أدركوا بسببه أهمية القصص.

من ناحية أخرى لا بد من أن يتأكد المتحدث الفني المتخصص من أنه يقدم توضيحاً حيوياً للعملية أو للإجراء أو للاكتشاف الذي يقوم بعرضه. فبهذا ينجح المتحدث في توضيح الأجزاء الغامضة من حديثه. كما أن تطوير هذا النوع من أدوات الدعم لا يعتبر متعة للجمهور فقط، بل متعة للمتحدث أيضاً. ذلك لأنه يساعد الناس على إدراك مدى استيعاب المتحدث للموضوع وخبرته به وبمدى اهتمامه بأن يكون حديثه لهم ممتعاً.

كيفية استخدام أدوات الدعم

إن أفضل طريقة لتدعيم الحديث هي الربط بين الأسلوب المرح والأقوال المقتبسة والمقارنات والعناصر الأخرى؛ بحيث يتم تقديم تنوع ثري من القصص للجمهور. لهذا، يجب على المتحدث الربط بين القصص المثيرة التي يهتم بها الناس والتفاصيل الحقيقية، والعكس

صحيح. أما عن المصادر التي يجب على المتحدث أن يستعين بها فهي الصحف والكتب التي تجمع الأقوال المقتبسة والأبحاث العلمية وذكريات الطفولة وخبرات الأصدقاء وتاريخ العالم؛ فالمصادر لا حصر لها. كما يجب على المتحدث ألا يقلل من شأن قوة الاقتباس من الأقوال القديمة؛ فغالبًا ما أستخدم قولاً مقتبسًا من أقوال "كونفوشيوس" لأفتتح به حديثي عندما أتحدث عن الإدارة الفعالة. وينجح هذا القول في اجتذاب التقدير والإعجاب من الجمهور عندما يعرف أن "كونفوشيوس" قد قال هذا القول منذ ٥٠٠ عامًا قبل الميلاد. فإعطاء الحديث صبغة تاريخية من أفضل الطرق لجعل الناس يستجيبون له بشكل طيب ويتذكرونه.

مصادر مفيدة لأدوات الدعم

سواء أكان المتحدث يواجه جمهورًا متشككًا أم يقوم بتوصيل فكرة صعبة أم يحتاج فقط إلى تدعيم الحديث ليكون أكثر وضوحًا وإثارة، فعليه أن يستعين ببعض الطرق التي تجعل الحديث أكثر فعالية. ومما يساعد على شد انتباه الجمهور أن يقوم المتحدث كل ثلاث أو أربع دقائق بسرد قصة أو طرح سؤال أو استخدام أداة أو أكثر من أدوات الدعم التالية:

- **الحقائق:** الحقيقة ببساطة قول يمكن التحقق منه، سواء أكان ذلك بالرجوع إلى مصدر ثالث أم من خلال الملاحظة المباشرة. كما أن الحقائق تضيف للحديث ثقلاً وتضفي عليه الموضوعية. فدون ذكر الحقائق لن يكون للحديث مصداقية. ولكن من المهم ألا يشعر الناس بالملل من كثرة الحقائق الواردة في الحديث.
- **الأرقام والإحصائيات:** قد تعطي الأرقام الموجزة والمختصرة لأي عرض تقديمي شكلاً مذهلاً، كما أنها تعتبر ضرورية في الكثير من العروض التقديمية الفنية المتخصصة. ولكن الأرقام لا توصل معنى بمفردها. كما أن بعض الأرقام يكون ضخمًا لدرجة تحتاج إلى توضيح مثل "العجز القومي في الميزانية". من ثم، ينبغي أن يصوغ المتحدث البارع هذا الرقم الضخم بشكل يسهل على الجمهور فهمه؛ كأن يقسم المبلغ إلى مئات مثلاً.
- **التعريفات:** تعمل التعريفات على توضيح طبيعة شيء بانتمائه إلى صنف معين وتحديد خصائصه المميزة. على سبيل المثال، يتم تعريف كلمة "رجل" على أنه نوع من الثدييات (فئة عامة) يستطيع المشي باستقامة (خاصية مميزة).

يعتبر القاموس مصدراً جيداً بالرغم من تنوع التعريفات؛ فيجب على المتحدث أن يختار التعريف المناسب. على سبيل المثال، إذا أراد المتحدث لفت الانتباه إلى النطاق الأساسي للتسويق فيمكن تعريفه بأنه "تنسيق الأنشطة – بما فيها التخطيط والبحث والبيع – الضرورية لنقل المنتج أو الخدمة من البائع إلى المشتري".

كما لا يشترط أن تكون التعريفات جادة؛ حيث يستخدم الكثير من المتحدثين الكلمات البليغة والمرحة لتعديل فكرة يريدون مناقشتها. فهذا مثال يوضح كيف قام "أمبروز بيرس" بتعريف كلمة أناني: "الإنسان المهتم بذاته فقط أكثر من اهتمامه بي"، فقد يكون أكثر إمتاعًا وأوقع أثرًا أن يقوم المتحدث بصياغة التعريفات بنفسه.

- **الأمثلة:** الأمثلة، التي عادةً ما تكون مختصرة، عبارة عن أحداث أو أشياء تبرهن أو توضح تعميمًا وضعه المتحدث. ويتم استخدام الأمثلة كأداة دعم للحديث في أي موضع، وغالبًا ما تساعد في تقديم الحقائق والإحصائيات التي تتطلب انتباهًا. فالمدير الذي يريد إثبات إمكانية تخفيض التكاليف في قسمه دون تقليل عدد العمالة سوف يستخدم الأمثلة لإقناع الموظفين (كذكر أمثلة على التخفيضات الفعلية في النفقات التي تنتج عن التغييرات المتنوعة في الإجراءات).

  من جهة أخرى، على الرغم من أنه يمكن استخدام الأمثلة في إثبات أو توضيح فكرة، فإنه يمكن استخدامها أيضًا في تكوين وجهة نظر إيجابية. على سبيل المثال، وكما أوضح أحد المديرين، فإنه إذا لم يتم تقليل عدد العمالة، فستكون النتيجة أن ترتفع الروح المعنوية ويبذل الموظفون قصارى جهدهم وبهذا تزداد الأرباح.

- **الأمثلة التوضيحية:** وهذه تكون أكثر تفصيلاً من الأمثلة حيث غالبًا ما توضح نقطة بعد نقطة.

  لتوضيح المثال السابق الخاص بتقليل عدد العمالة، يجب على المتحدث أن يتحرك خطوة بخطوة لتوضيح كيف ستظل الشركة قادرة على تخفيض التكاليف من خلال الاستعانة بعملية توظيف أفضل، ثم يقوم بعد ذلك بشرح هذه العملية للجمهور.

- **النوادر والقصص الشخصية:** تستخدم هذه القصص والخبرات لتوضيح فكرة وليس بالضرورة إثباتها. وعادةً ما يستخدم المتحدث النوادر والقصص الشخصية لإيجاد الألفة مع الجمهور أو لكسر الحواجز أو للتأكيد بوضوح على فكرة معينة، وغالبًا ما يكون للنوادر أثر قوي على الجمهور.

- **المصادر الموثقة:** يجب على المتحدث تحديد المصادر إذا كانت موثوق ومعترف بها.
- **الأقوال المقتبسة:** وهذه من الأشياء المفضلة لدى بعض المتحدثين حيث يجمع بين المصدر الموثوق به والمثال والفكاهة. ولأن بعض الأقوال التي لا تزال متداولة عبر السنين تتسم بالبلاغة والعمق، يلجأ المتحدثون إلى استخدامها بكثرة لإضفاء هاتين السمتين على الحديث. وفي هذا الشأن، لا يشترط أن يكون الاقتباس (أو قائله) مشهوراً حتى يكون فعالاً؛ ولكن لا بد فقط من أن يكون متعلقًا بالموضوع ويساعد في توضيح النقطة الأساسية.
- **الاستدلال:** وعادةً ما يكون الاستدلال مرتبطًا بموضوع الحديث بشكل مباشر أكثر من القول المقتبس؛ حيث يعتبر الاستدلال برهانًا مؤيداً – دليلاً من كلام الآخرين يؤيد وجهة نظر المتحدث. وفي حديثي في موضوع كيفية استخدام الأسئلة في القيادة وتحقيق النجاح وتفعيل أساليب التغيير، قمت باقتباس قول "مايكل بلومبرج" بأن هناك ارتباطًا وثيقًا بين امتلاك المعلومات الصحيحة وتحقيق النجاح. وكنت قد حفظت هذا القول منذ عدة سنوات، لكن هذا الشخص قد أصبح الآن عمدة لمدينة نيويورك، مما يعطي لهذه المعلومة قدراً أكبر من المصداقية.
- **المقارنات:** إن استخدام المقارنة بين شيئين يلقي الضوء على ما سيتم مناقشته عن طريق طرح أوجه التشابه والتماثل، وتعتبر المقارنات مهمة خاصةً في العروض التقديمية الفنية المتخصصة. يجب إجراء المقارنة مع أشياء "مألوفة" حتى يمكن من خلالها توضيح ما هو غامض من خلال ما هو معروف. وأفضل المقارنات هي التي يكون بها بعض المفاجأة مما يجعل الجمهور يتذكرها.
- **إعادة صياغة الجمل:** لأن مهمة المتحدث البارع أن يوجز حديثه وأن يقوم بتعديله، فإن إعادة صياغة الجمل تساعد المتحدث على إيجاد وتقديم المغزى من نقطة يريد ذكرها وتستلزم حديثًا طويلاً. فوضع الكلمات بأسلوب المتحدث، وهو السبب الذي دعي من أجله للحديث، يجعله يتحدث عن الحقائق المرتبطة بحديثه دون أن يفقد موهبته وفعاليته في الحديث.

■ **الخلفية التاريخية:** تحتاج معظم العروض التقديمية إلى نوع من السياق لكي تكون مقنعة. فيجب أن يتأكد المتحدث من أن الجمهور لديه الخلفية الثقافية والتاريخية الضرورية لاستيعاب تضمينات العرض التقديمي. كذلك، يجب ألا يفترض المتحدث أن الموضوع الذي يتحدث فيه موضوع شائع ومعروف للجمهور، فهذا خطأ. بصفة عامة، سوف يقوم المتحدث الماهر بتقديم المادة التي تمثل خلفية للموضوع بطريقة تتناسب مع مادة الحديث وتدعم محتواه.

كيفية تدعيم الحديث بأسلوب فعال

غالبًا ما يتمكن المتحدث من تدعيم حديثه ببعض أدوات الدعم كالأسلوب المرح والأسئلة البلاغية والمجاملات والتحديات الموجهة للجمهور. وسواء أكان استخدام هذه الوسائل الجاذبة للانتباه جزءًا من مثال أم مقارنة أم أي عنصر آخر، فهي تستحوذ على انتباه الجمهور. فهذه الأشياء توقظ المستمعين وتساعد المتحدث في الالتزام بالقاعدة الرئيسية وهي ألا يكون مملاً.

بصفة عامة، يستخدم المتحدث البارع أساليب مؤثرة تدعم حديثه وذلك كل ثلاث أو أربع دقائق للمحافظة على اهتمام الجمهور واستعادة انتباههم. فينبغي أن يكون الحديث عبارة عن مجموعة من الأفكار المتفاوتة في الأهمية. وذلك حيث يستخدم المتحدث أدوات دعم الحديث مع الأفكار الأكثر أهمية، أما الأفكار الأقل أهمية فتتخلل الحديث وتفصل بين الأفكار الجديدة من النوع السابق لتزيدها وضوحًا.

من الجدير بالذكر هنا أن معظم المتحدثين يبدءون الحديث بقوة ثم تضعف هذه القوة كلما اتجهوا إلى نهاية الحديث؛ حيث يكون قد تم جذب انتباه الجمهور وإلقاء الضوء على النقطة النهائية. لكن هناك احتمالاً ألا يتذكر الجمهور ما تمت إثارته من نقاط في منتصف الحديث.

كما أن أكثر الأحاديث فعالية هي التي تتبع طريقًا مؤثرًا؛ بحيث ترشد الجمهور إلى كل جزء في الحديث بدءًا من المقدمة وعند الانتقال من نقطة إلى أخرى ووصولاً إلى الخاتمة. ويجب استخدام المواد المدعمة للحديث بشكل متكرر، ولكن ليس بإسهاب يؤدي إلى شعور الجمهور بالملل. فأساليب الانتقال لا بد وأن تكون مترابطة ومتناسقة لتؤدي في النهاية إلى خاتمة مميزة.

هناك العديد من أدوات الدعم التي يمكن الاستعانة بها من خلال العروض التقديمية. فيجب على المتحدث أن يحتفظ بقوائم للأشياء التي تتناسب مع حديثه، وأن يتذكر الأمثلة التي تعطي لحديثه فعالية. كما يجب الاحتفاظ بمفكرة صغيرة لتدوين مثل هذه الأدوات كلما صادف إحداها. فلا بد من أن تكون فترة إعداد الحديث بحثًا متواصلاً عن الأمثلة وغيرها من أدوات الدعم.

عندما يقوم المتحدث بسرد قصة، فإن الصوت يكون مفعمًا بالحيوية ويحدث هذا بشكل تلقائي. وبعد أن يقوم المتحدث بجمع أدوات الدعم، عليه بعد ذلك أن يستخدم صوته بحيث يوجد تنوعًا من خلال خفض الصوت ورفعه حسب ما يقتضي الحديث. وذلك حيث يعتبر الصوت أداة يمكن استخدامها في الحفاظ على جذب انتباه الجمهور، وسوف يوضح الفصل القادم بالتفصيل أهمية الصوت.

نصائح مهمة: الحصول على اهتمام الجمهور وتفاعله

١- هب أنه طُلب منك أن تلقي خطابًا موجهًا إلى ٢٠ موظفًا جديدًا تشرح فيه توجهات الشركة. ضمِّن في الافتتاحية مقارنة واحدة وقصة شخصية واحدة على الأقل.

٢- قم بعمل ملف يحتوي على الأقوال المقتبسة والقصص وكل أنواع الأدوات المدعمة للحديث.

٣- قم بابتكار قصة عن موقف من المواقف المحرجة التي واجهتك.

٤- لمدة أسبوع، قم بقراءة الصحف كمصدر للمعلومات واعمل على التوصل إلى فكاهة تكون مفيدة في العرض التقديمي الخاص بك أو المحادثة.

٥- التزم بسرد قصة مثيرة في الحفل القادم الذي ستحضره.

٦- قم بقراءة النعي الموجود في الصحف أو ما شابه من مصادر قد تشتمل على بعض القصص والمعلومات المفيدة. فقد وجدت ذات مرة

الفصل الثامن

الخطأ الخامس - الصوت الرتيب والحديث الممل

إن صوت المتحدث هو بطاقة تعارف الناس به. ففي الهاتف مثلاً يكون الصوت هو المسئول عن الانطباع الذي يكونه المستمع عن المتحدث. وسواء أكان المتحدث مملاً أم حماسيًا، فهذا يعتمد على صوته.

وتتكون انطباعات الناس عن بعضهم البعض من خلال ثلاث طرق: الرؤية (مظهر الشخص) والسمع (صوت الشخص) والكلام (طريقة حديث الشخص وما يقوله). وتمثل طريقة الحديث ٧ في المائة فقط من انطباع الناس عن الشخص، أما المظهر فيمثل ٥٥ في المائة من هذا الانطباع بينما يمثل الصوت ٣٨ في المائة. مع هذا، لا يهتم الناس كثيراً بالصوت.

يجب على المتحدث أن يكون مدركًا لأهمية صوته وكيف يمكن أن يغيره خلال الحديث. وكما أن كل من استمع إلى متحدث ممل يعرف أن الأسلوب الخاطئ في استخدام الصوت يقلل من فاعلية الحديث، بالإضافة إلى إعطاء انطباع سيئ عن المتحدث؛ فإن النبرة الرتيبة والغمغمة وعدم وضوح الصوت وضعف القدرة على التعبير كل ذلك يجعل الجمهور يلاحظ الصوت وليس الكلمات.

فالصوت ليس شيئًا حياديًا؛ فإما أن يكون وسيلة مساعدة مفيدة أو عائقًا كبيراً. فمن الممكن أن ينجح الصوت في توصيل شعور المتحدث بالتوازن والثقة أو يكون دليلاً على نقص كليهما. لكن يجب أن يكون الصوت أفضل وسيلة مساعدة على تحقيق الجذب والتشويق؛ لأنه يساعد على وجود تنوع في الحديث بسهولة. وللتغلب على قِصر مدة الانتباه عند الجمهور، يحتاج المتحدث إلى إدخال شيء مشوق كل ثلاث أو أربع دقائق. ولكن هذا لا يعني استخدام القصص والنوادر بإسهاب؛ فيمكن للمتحدث أن يجذب انتباه الجمهور وأن يقوم بتنقيح صوته كما يقوم بتنقيح حديثه وهذا يتطلب وعيًا وتدريبًا.

ضرورة استماع المتحدث إلى صوته

إن أول خطوة لزيادة كفاءة الصوت وتأثيره هي أن يعرف المتحدث صوته وإمكانياته الصوتية. تجدر الإشارة إلى أن ذلك ليس غريبًا كما يبدو. فقد يظن المتحدث أنه يعرف صوته لأنه يتحدث دائمًا مع الناس في العمل والمنزل وفي الهاتف. ولكن الشخص في كل هذه المواقف يستمع إلى الآخرين وليس إلى نفسه.

إن إعداد الصوت للحديث يعني الاستماع إلى الطريقة التي يبدأ بها المتحدث الجمل وينطق بها الحروف المتحركة وكيفية التوقف عن الكلام في نهاية الجمل. ينبغي أن يتدرب المتحدث في الغالب على التحدث بصوت عالٍ، ويمكن أن يكون ذلك في الكلام العادي أو من خلال قراءة الصحف أو أي شيء، أو حتى قراءة قصص للأطفال. كذلك، على المتحدث أن يكتسب حب التحدث بطريقة جيدة عن طريق الاستماع إلى شرائط الكاسيت المسجل عليها أحاديث لمتحدثين بارعين يقرءون أجزاءً من كتب.

من ناحية أخرى، يمكن للمتحدث أن ينظر إلى المرآة لكي يعرف طريقة نطقه للأصوات وأن يكتسب عادة التحدث بصوت عالٍ لنفسه كل يوم. كذلك، يمكن استخدم شريط تسجيل والاستعانة بالتمارين الموجودة في هذا الفصل للتعرف على مدى التقدم الذي يتم إحرازه. ويجب على المتحدث أن يلاحظ مدى تقدمه وأن يقيم نفسه مع الاستعانة بالاستمارة الموجودة في نهاية هذا الفصل. وإذا بدأ المتحدث في الاستماع إلى صوته بموضوعية، فسيكون مستعداً لمناقشة النقاط التي تساعد على التحكم فيه.

كيفية اكتساب صوت أكثر تشويقًا

يوجد لدى المتحدثين العديد من الأدوات التي تساعد على اكتساب تنوع في الصوت وهي:

- **مستوى الصوت:** حيث يضفي مستوى الصوت تنوعًا إلى الحديث

تمرين: على المتحدث أن يكرر كلمة لا، وأن يبدأ بأسلوب رقيق (قد يكون هامساً) ثم التدرج إلى الارتفاع في مستوى الصوت (حتى الصياح).

- **حدة الصوت ونبرته:** بالاختلاف مع مستوى الصوت، تؤثر حدة الصوت ونبرته على الأسلوب العام للحديث.

تمرين: يجب على المتحدث أن يقول الآتي مع تغيير حدة الصوت على أساس الكلمات التي ينطقها "علي أن أجعل صوتي منخفضًا وهادئًا ورقيقًا كالهمس ثم أقوم برفعه بالتدريج. وعلي أن أحتفظ بنبرة صوتي عالية ومستوية اليوم، وأن تكون غداً منخفضة ومستوية. كما يجب علي أن أجعل صوتي متدرجًا من الأعلى إلى الأكثر انخفاضاً، وأن أتعلم أن أقول كلمة لا بأصوات متدرجة وأن أقرأ الأرقام من واحد إلى ثمانية مع رفع مستوى الصوت ثم خفضه مرة ثانية".

- **السرعة والإيقاع:** ويتعلق ذلك بكيفية التحكم في سرعة أو بطء الكلمات والأصوات.

تمرين: على المتحدث أن يقرأ قصيدة مقفاة، وأن يجعل صوته بطيئًا في مقطع معين وأن يسرع في باقي القصيدة.

- **أسلوب التأكيد:** وهذا يؤثر على الكلمات والمقاطع التي يتم التركيز عليها في النطق. فأهم شيء أن يكون المتحدث متأكدًا من استيعاب الناس للأفكار الرئيسية، ويجب على المتحدث أن يساعدهم في ذلك بالتخلص من الأفكار الأقل أهمية. وهناك خطأ شائع يقع فيه المتحدثون وهو التأكيد الزائد على العديد من الأشياء؛ فيجب على المتحدث أن يحدد الأفكار الرئيسية التي يريد التأكيد عليها ويفصلها عن باقي الأفكار.

تمرين: يجب على المتحدث أن يستخدم جملة خبرية مثل: "أنا سأذهب إلى المتجر"، وأن يستخدم الجملة نفسها للإجابة عن سلسلة من الأسئلة والتأكيد على الكلمة المناسبة للإجابة عن هذا السؤال مع حذف الكلمات غير المهمة.

تجدر الإشارة إلى أنه يوجد لدى العديد من الناس عادة سيئة وهي انخفاض مستوى الصوت في نهاية الجملة (يظهر ذلك بصفة خاصة لدى الكثيرين من الشعب الأمريكي). وقد يكون ذلك أمرًا خطيرًا في كثير من المواقف على سبيل المثال، هب أن أحد الأشخاص يعمل على وقف مفعول قنبلة وقال له أحدهم: "مهما كان الذي تفعله فيجب ألا تلمس..." فآخر كلمة قد تكون مهمة في إنقاذ حياة فرد. وعلى الرغم من أن آخر كلمة لا يشترط أن تكون بمثل هذه الأهمية، فإن هذا لا يعني تجاهلها في الحديث.

- **الاتجاه:** قد يكون للكلمة نفسها أو للعبارة معان مختلفة تمامًا وفقًا للاتجاه الذي يوحي به صوت المتحدث.

تمرين: على المتحدث أن يقول كلمة (حسنًا) كما لو كان منزعجًا أو مشمئزًا أو مندهشًا أو معجبًا بالحديث أو متشككًا فيه أو شاكرًا أو مشاكسًا.

- **أسلوب التوقف:** ويستطيع المتحدث البارع استخدام الوقفات بأكثر من طريقة، سواء أكان ذلك للتأكيد أم للتأثير أم لتوضيح الأسلوب. ويمكن أن تكون الوقفة طويلة أو متوسطة أو قصيرة، وقد تكون علامة على الانتقال من فكرة إلى أخ

هناك أربعة أنواع للوقفات وهي:

١- **الوقفة من أجل إعطاء الجمهور فرصة للتفكير:** وهذه الوقفة تمنح الناس الفرصة في استرجاع الحديث (مدتها ثانية أو اثنتين)، ويكون من المؤثر التوقف لتوصيل فكرة مهمة على الرغم من أنه ليس من المفيد زيادة عدد الوقفات، لأن هذا يكون مملاً.

٢- **الوقفة الانتقالية:** وهي الوقفة بين فكرتين فرعيتين وقفة قصيرة (لمدة ثانية واحدة)، والوقفة للانتقال من فكرة مهمة إلى أخرى مهمة تكون وقفة طويلة إلى حد ما (ثانيتين إلى ثلاث ثوان).

٣- **الوقفة للتأكيد على نقطة ما:** وتكون هذه الوقفة طويلة قبل جملة أو سؤال (ثانيتين إلى ثلاث ثوان)، حيث يريد الجمهور التفكير في الإيحاءات والمعاني المقصودة من الحديث.

٤- **الوقفة ذات المغزى:** وهي تشبه الوقفة من أجل التفكير، ولكنها تستخدم كثيراً لكي تجعل الحديث أكثر فعالية (ثانيتين إلى ثلاث ثوان).

تمرين: في المواقف التي يجب على المتحدث فيها أن يقوم بتوصيل أخبار سارة، يمكن التدرب على استخدام الوقفات. على سبيل المثال، عند قول العبارة: "انتظر حتى أخبرك بالأخبار السارة"، يتم التوقف والعد حتى رقم ثلاثة ببطء لاستشعار إحساس الجمهور والتمتع بهذا الإحساس والشعور بقوته، وبعد ذلك يتم النطق بالخبر السار.

التدريب على التنوع الصوتي

هذه هي بعض الجمل التي يستطيع المتحدث التدريب من خلالها على تنوع الصوت. ينبغي أن يقول المتحدث الجملة عدة مرات مستخدماً في كل مرة نبرة وإيقاع وأسلوب تأكيد مختلفين:

■ لماذا لا تنطلقون إلى فناء المدرسة؟

(يجب أن يحاول المتحدث أن يتحدث كما لو كان غاضباً، ثم يحاول مرة أخرى كما لو كان يشجعهم.)

■ كم فرداً منكم قام بدفع ضريبة الدخل بالكامل العام الماضي؟

(كيف يمكن للمتحدث أن يقوم بتغيير مغزى الجملة من خلال التركيز على كلمة "بالكامل"؟)

- ماذا ستفعلون إذا عرفتم أنه بقي لكم في الحياة شهر واحد؟

(يجب أن يقول المتحدث هذه الجملة بنبرة بطيئة ومنخفضة ثم عليه إعادتها بنبرة أسرع والتركيز على كلمتي "شهر واحد" مع ملاحظة الاختلاف بين المرتين.)

- سوف يسجل التاريخ هذه المناسبة.

(يوجد تفسيران مختلفان لهذه الجملة: فكلمة "المناسبة" قد تكون سعيدة أو حزينة. يجب على المتحدث أن يقوم بتوصيل المعنيين المختلفين باستخدام النبرة والصوت والاتجاه.)

- سوف أخبركم كيف تحصلون على ٢٥٠٠٠ دولار في ٢٥ دقيقة.

(يمكن أن تجعل الوقفات هذه الجملة أكثر فعالية، فكيف وأين يمكن استخدامها؟)

- قيل لي منذ عامين إنني لن أعيش لأكثر من ثلاثة أشهر.

(إن أسلوب التأكيد يمكن أن يوضح التناقض بين كلمة "عامين" وكلمتي "ثلاثة أشهر")

- دعوني أخبركم كيف فزت في هذه المسابقة.

(يجب على المتحدث استخدام كل الأدوات لتنويع هذه الجملة لأكبر عدد ممكن من المرات.)

تعلم الحفاظ على الهدوء

إن المتحدثين الذين يظهر عليهم التوتر يكون صوتهم رتيبًا، لأنهم لا يستخدمون الفك ولا يغيرون من نبرة أصواتهم. فالصوت المؤثر هو الذي يكون مسترخيًا ومرنًا. كما أن التنوع في استخدام الصوت يعد شيئًا مهمًا في الحديث الفعال، ويحدث فقط إذا قام المتحدث بخفض حدة الصوت والتحدث بحنجرة مفتوحة وفك مرن ونشط. ففي هذه الحالة فقط لا تكون الأصوات مرهقة ومتحشرجة.

على المتحدث أن يفتح حنجرته مع إرخاء ما حولها، وأن يدير رأسه ببطء إلى أي جانب مع العد حتى رقم ثمانية ثم تكرار هذه الحركة في الجانب الآخر والتفكير في أي شيء والاسترخاء. وبعد ذلك، يجب على المتحدث أن يتثاءب ثم ينطق حروف المد بتكاسل وهي (الألف والواو والياء)، ويجب أداء كل تمارين الحنجرة مع بعضها مع مد الصوت بتكاسل وتلقائية وبطء.

تمرين: يجب أن يحاول المتحدث نطق الكلمات (قال - يقول - يبيع) ببطء وسهولة، وأن يستخدم مرآة للتأكد من شكل الحروف؛ فليس من المستحب للمتحدث البارع نطق الحروف بفك مغلق.

طرق أخرى تساعد على وضوح الأداء

يلعب كل من الحنجرة والفك وعملية التنفس دوراً مهمًا في تشكيل الصوت. ولكن نجد أيضًا أن كلاً من الشفتين والأسنان واللسان له تأثير على وضوح الأداء. على سبيل المثال، يجب أن تلتصق الشفتان عند نطق الحرفين (الباء والميم).

تمرين: يجب أن يتدرب المتحدث على نطق هذين الحرفين مع بعض حروف المد مثل كلمتي (أبي - أمي) مع التأكيد على التصاق الشفتين في كل مرة. وبعد ذلك، يجب أن يحاول نطق عبارات أطول مع زيادة السرعة.

ويجب أن يستمر المتحدث في التدريب حتى يكون لديه حنجرة مفتوحة وفك نشيط وعضلات شفاه قوية ولسان مرن يمكنه من نطق الحروف بسهولة.

تنويع أساليب التركيز على أجزاء الكلام

هناك خطأ كبير يقع فيه معظم المتحدثين وهو التركيز أو التشديد على كل أجزاء الكلام بالدرجة نفسها. يمكن للمتحدث أن يقرأ الفقرة التالية المأخوذة من إحدى قصص الأطفال (على أن يقوم بتسجيل قراءته لها إذا أمكنه ذلك).

"في يوم من الأيام كان هناك فأر صغير اسمه "آرثر"، والذي لم يكن أبداً قادراً على اتخاذ قراراته. فعندما كان يسأله أصدقاؤه عما إذا كان يريد الذهاب معهم، لم يكن لديه إلا هذه الإجابة "لا أعرف"؛ فلم يكن يجيب بنعم أو لا ولكن كان يتهرب من الاختيار."

ما الفكرة الأكثر أهمية في هذه الفقرة؟ إن الفكرة الرئيسية في هذه الفقرة أن "آرثر" لم يكن قادراً على اتخاذ قراراته. وكل كلمة في الفقرة توضح هذه الفكرة يجب التشديد عليها. أما الأجزاء الأخرى من الفقرة فيمكن قراءتها بنبرة سريعة إلى حد ما.

ويعتبر التنوع في الصوت أحد أهم الأسلحة القوية في أدوات المتحدث، وعلى المتحدث البارع أن يستخدمه لصالحه. وإذا ما كانت الكلمات مكتوبة، فيجب أن يعتمد المتحدث على علامات الترقيم للحفاظ على تسلسل الأفكار الموجودة في الحديث. وفي أثناء الحديث، يجب

على المتحدث توضيح أفكاره ومساعدة الناس على فهم صوته؛ فهذا هو النوع الوحيد من علامات الترقيم الموجودة في الكلام المنطوق.

كما أن المتحدث البارع يشدد على النقاط المهمة بتحديدها وإلقاء الضوء عليها عن طريق استخدام الصوت. فالكلمات الرئيسية التي يجب التأكيد عليها والوقفات وتغيير نبرة الصوت والإيقاع وارتفاع الصوت والحدة ومستوى السرعة كل هذا يؤثر على مدى تأثر الجمهور بمحتوى الحديث. فيجب على المتحدث أن يتعلم كيفية التأثير على الجمهور؛ فحتى عند إلقاء مجموعة من القوائم، يمكن أن يكون الصوت مؤثرًا. على سبيل المثال، يمكن نطق العبارات التالية (لقد أتيت – لقد رأيت – لقد هزمت) بمستوى التشديد نفسه على الأفعال الثلاثة ولكن سيكون المعنى بلا مغزى، أما عند نطقها بدرجة مختلفة من التشديد واستخدام الوقفات، فهذا سيساعد على شد انتباه الجمهور.

من ناحية أخرى، يجب على المتحدث أن يشدد دومًا على الأفكار الجديدة في الجملة. على سبيل المثال، إذا كان يتحدث عن نجاح المبيعات وعرض مفهوم جديد للنجاح في الحياة، فيجب التشديد على كلمة الحياة لأنها تعرض فكرة جديدة وعدم التشديد على كلمة النجاح لأن هذه الفكرة تم عرضها من قبل. وفي حوالي تسع من كل عشر مرات، يكون الفعل أو ما يدل على الحركة هو الكلمة التي تقدم فكرة جديدة. فيجب على المتحدث أن يقوم بتوضيحها وألا يترك الجمهور يستنتج الفكرة الجديدة، بل يجب استخدام الصوت لشد انتباه الجمهور.

وهناك طريقة أخرى للتركيز على النقاط المهمة وهي التوقف عن الحديث قبل عرض النقطة. فالوقفة تعد من أكثر الوسائل فاعلية في جذب انتباه الجمهور؛ حيث يكون الناس معتادين على سماع الحديث وعندما يتوقف المتحدث ينتبه الجمهور.

النطق والإلقاء والتلفظ والحفاظ على فعالية الحديث

في الحديث، يستفيد المتحدث من الكلمات كما يستفيد الموسيقي من النوتة الموسيقية. وبالمثل، يستطيع المتحدث أن يجعل للكلمات والحروف صوتًا مريحًا أو صوتًا نشازًا. لكي يكون الصوت مريحًا، لا بد من أن يكون لدى المتحدث وعي باللغة. وتنقسم الطريقة التي يتحدث بها الفرد إلى ثلاثة عناصر وهي:

١- **النطق**: ويعنى استخدام كل أدوات النطق كالشفاه واللسان والأسنان والفك الأسفل واللثة العليا وسقف الحلق الأيمن والأيسر والحنجرة في تشكيل الأصوات. والطريق إلى النطق بشكل جيد هو الاحتفاظ بكل هذه الأجزاء مرنة في أثناء الحديث.

٢- **الإلقاء**: وهو الصياغة الإجمالية للأصوات، ويمكن أن يكون الإلقاء مملاً أو بطيئًا وفقًا للطريقة التي يستخدمها المتحدث في الربط بين الأشياء.

٣- **التلفظ**: وهو الطريقة التي يوصل بها المتحدث الكلمات والتي قد تختلف معانيها باختلاف الأصوات فيها. وتظهر فيه اللكنة حيث يختلف الناس في طريقة خروج اللفظ بحسب الإقليم. فكلمة (قلم)، على سبيل المثال، تنطق في بعض الأقاليم بالقاف وفي بعضها بالهمزة. ولكن يمكن أن يؤدي هذا إلى عدم فهم الجمهور للمقصود من الكلمة؛ فإذا كان النطق بالهمزة، ربما يفهمه الجمهور على أنه الألم الناتج عن المرض وهذا يسبب ارتباكًا لهم.

وكلما كان أسلوب النطق والإلقاء والتلفظ أكثر وضوحًا، ساعد ذلك على أن يظهر المتحدث بصورة أكثر توازنًا وفعالية.

توظيف الحروف الساكنة وحروف المد

إن حروف المد هي التي تعطي الحديث جرسًا موسيقيًا كما أنها تحمل الإيقاع، ويجب نطقها بوضوح ودقة كما ينبغي. على الجانب الآخر، نجد أن الحروف الساكنة هي أساس الحديث ويجب نطقها بدقة. كذلك، يجب الاهتمام بضبط مخارج الحروف والألفاظ والحرص على وضوح نطق الحركات (الضمة والفتحة والكسرة).

وعند نطق حروف المد، يجب أن يكون طرف اللسان خلف الأسنان السفلية. ومن المشكلات التي قد تواجه بعض الناس عند نطق الحركات وحروف المد هي تطويل مد الحركات أو تقصير حروف المد. حتى يتم تجنب مثل هذه الأمور، يجب أن يكون الفك نشيطًا واللسان مرنًا.

تمرين: يجب على المتحدث أن يكتشف بنفسه الفرق بين حروف المد والحركات المشابهة لها عند نطقها (كالفتحة والمد بالألف، على سبيل المثال).

التمرين على نطق الحروف الساكنة وحروف المد

يجب على المتحدث التمرين على نطق بعض الجمل والتركيز على بعض الأصوات. وتعتبر القراءة بصوت عالٍ من أفضل الطرق لكي يدرك المتحدث الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها. وكلما كان المتحدث ملمًا بأبجديته، كان أكثر مهارة في نطق الحروف والكلمات، وكان صوته أكثر وضوحًا.

جودة الحديث وطريقة التنفس

يجب على المتحدث أن يتنفس بطريقة سليمة حتى يكون صوته واضحًا مسموعًا من الجمهور. فنجد أن بعض الناس يبدءون الجملة بصوت عال ثم يفتر اندفاعهم ويصبح الصوت رتيبًا؛ لأنه لم يتبق لديهم في الرئتين من الهواء ما يكفي للتنويع في مستوى ونغمة الصوت في بقية الجملة. فالصوت الجيد لا بد وأن يدعمه التنفس بشكل جيد حتى يتمكن الجمهور من سماع كل الأصوات المهمة تمامًا كما يريد المتحدث أن يوصلها.

يكتسب العديد من المتحدثين بعض العادات السيئة ولا يقومون بعملية التنفس بكفاءة. ويمكن معرفة أسلوب التنفس الصحيح من خلال النظر إلى طريقة تنفس الأطفال. وللتدريب على التنفس الصحيح، يجب على المتحدث أن يأخذ نفسًا عميقًا وأن يلاحظ نفسه في أثناء عملية التنفس: هل تم استخدام الكتفين والصدر؟ وهل تمدد الحجاب الحاجز؟ يجب أن يتمدد الحجاب الحاجز عند الشهيق وأن ينكمش عند الزفير.

كيفية استخدام الحجاب الحاجز في التنفس

لكي يستطيع المتحدث تدريب الحجاب الحاجز على التنفس الصحيح، عليه أن يضع يديه أعلى الخصر ثم يضحك. ففي الضحك يتنفس المتحدث من خلال الحجاب الحاجز؛ حيث إنه يشبه الطوق الذي يحيط بالجسم. ولتمرين الحجاب الحاجز، يجب الاستلقاء على الأرض مع وضع شيء يضغط على الصدر.

تمرين: يتم في هذا التمرين رفع أي شيء مثل الكتاب وإنزاله مع الاعتياد على التنفس من خلال الحجاب الحاجز. كما يجب التدريب على عدم رفع الكتفين في أثناء التنفس، فالتنفس الصحيح لا يراه ولا يسمعه الجمهور.

إن الأمر لا يتعلق فقط بكيفية التنفس ولكن أيضًا بمقدار ما يتم الحصول عليه من الهواء. فإذا ما كانت كمية الهواء أكبر من اللازم، فسوف يدفع الهواء الحجاب الحاجز بشدة. على الجانب الآخر، إذا ما كانت كمية الهواء أقل مما ينبغي، فسيكون الصوت خافتًا للغاية. من ثم، يجب على المتحدث أن يتعلم كيفية توزيع الهواء بالتساوي على الجملة، ويجب ألا يأخذ المتحدث كمية صغيرة من الهواء حتى لا ينقطع النفس في أثناء الحديث. كما يجب أن يكون لدى المتحدث الطاقة الكافية حتى يستطيع توصيل الفكرة الرئيسية لأنها غالبًا ما تأتي في آخر الجملة.

علاوة على ذلك، يجب أن يكتسب المتحدث عادة التنفس عن طريق الأنف والزفير عن طريق الفم حتى لا يصبح الفم جافًا؛ وهو أحد المخاوف الشائعة لدى المتحدثين. فالتنفس عن طريق الفم سوف يزيد من الجفاف الموجود به.

اكتساب القدرة على التحمل

تتطلب العبارات القصيرة نفسًا قصيرًا، ولكن الجمل المعقدة تفرض تحديًا صعبًا على المتحدثين. فالمتحدث لا يريد أن تبدو فكرته ضعيفة إذا توقف في المنتصف للتنفس مهما كانت هذه الوقفة قصيرة. ويمكن التحكم في الحاجة إلى الهواء تمامًا كما يقوم البعض بالتدريب على البقاء تحت الماء لفترات طويلة.

يجب أن يبدأ المتحدث بالتدريب على الجمل القصيرة أولاً ثم إضافة عبارات، وهذا بهدف اكتساب القدرة على التحمل:

تمرين: يجب على المتحدث التدريب على نطق جمل طويلة مثل: هذه هي البقرة ذات القرن المكسور التي صدمت الكلب الذي أزعج القطة التي قتلت الفأر الذي أكل الطعام الذي كان موجودًا في المنزل الذي بناه "جاك". وكل يوم يتدرب فيه المتحدث ويستخدم جملاً أطول تزداد قوة تحمله.

الطريق إلى اكتساب صوت مؤثر

على الرغم من أن هناك العديد من الأخطاء التي يقع فيها المتحدث دون أن يشعر، فهناك العديد من الخطوات التي تساعده على التواصل الواضح والفعال وهي:

- استخدام الصوت الدافئ الرنان وتجنب السطحية والشدة والانخفاض أو الارتفاع الشديد في الصوت. كما يجب استخدام النبرة الواضحة الرنانة والتحدث بحيوية

- الاهتمام بتوصيل الفكرة عن طريق الصوت مع إضفاء أسلوب التأكيد على الطريقة التي يقول بها المتحدث الكلمات، والتركيز على الكلمات المهمة وتقليل التركيز على الكلمات الأقل أهمية
- تنويع نبرة وقوة ومستوى وإيقاع الصوت، والعمل على جذب انتباه الجمهور برفع الصوت في الأفكار المهمة
- الحصول في عملية التنفس على الهواء الكافي لإنهاء الجملة بأسلوب قوي
- التأكد من تتابع الحديث والتقدم في المناقشة
- عرض جزء حيوي من الطاقة الصوتية والجسدية، والعمل على إضفاء الحيوية على الحديث حتى يشعر الجمهور بالحماس
- استخدام الأسئلة البلاغية حتى يستطيع الجمهور المشاركة في الحديث، ولكن مع عدم الزيادة في استخدامها
- التعبير بوضوح في كل جملة وعبارة وكلمة ومقطع وإعطاء قيمة للأصوات في الحديث
- الاهتمام بمخارج الحروف والألفاظ
- استخدام أسلوب النطق الصحيح
- استخدام نبرة هادئة مما يساعد على الاستمرار في المناقشة
- تجنب أية كلمات من شأنها تشتيت الانتباه
- الاستخدام الأمثل للوقفات
- التأكد من ارتفاع الصوت عند الأسئلة وانخفاضه في الإجابات
- استخدام أسلوب التوكيد والوقفات والنبرة والحدة المتغيرة لإلقاء الضوء على الأفكار المهمة

الحل السريع لصياغة حديث

لكي يستطيع المتحدث التغلب على الملل وإضافة التنوع إلى حديثه، فعليه الاستعانة بقائمة سريعة بالأشياء التي يمكن إضافتها دون متاعب لإضفاء المزيد من الحيوية على الحديث وهي:

- وضع سؤالين بلاغيين على الأقل في الحديث مع رفع الصوت عند طرحهما
- التوقف مرة واحدة على الأقل مما يضيف إلى الحديث فعالية، فلا يوجد شيء يجذب انتباه الجمهور أكثر من الصمت.

- تنويع السرعة في الحديث؛ فإذا ما كان المتحدث يميل إلى السرعة في التحدث، فيجب أن يقلل هذه السرعة في ثلاثة مواضع على الأقل في أثناء العرض التقديمي، والعكس صحيح.
- تغيير نبرة الصوت والاتجاه قبل الخاتمة مباشرة
- استخدام مجموعة متميزة من نبرات الصوت المختلفة في الحديث لجذب انتباه الجمهور. وسيوضح الفصل القادم هذه النقطة بالتفصيل؛ حيث إن إضافة هذا التنوع إلى الصوت وسيلة فعالة في التواصل الجيد. فسيستمع الجمهور إلى الحديث، إذا كانت الكلمات بارزة وتؤكد على الأفكار المهمة.

الاسترخاء والمستوى الأفضل

إن التحدث فن وليس علماً، وليست هناك طريقة واحدة لاكتساب الصوت المؤثر. وسواء أكان المتحدث يتكلم ببطء أو بسرعة، فإنه لا يتعين عليه تغيير طريقة نطقه للكلمات بشكل كامل. مع ذلك، يجب الإلمام بالأشياء الصغيرة التي يمكن أن تساعد في تغيير الصوت، كما يجب أداء التمارين التي وردت في هذا الفصل، وبهذا يكون المتحدث أكثر طبيعية وحيوية في الحديث.

نصائح مهمة: اكتساب صوت أكثر فعالية

١- تدرب على الحديث من ٣ إلى ٥ دقائق كنوع من الإحماء الصوتي.

٢- قم بتسجيل العرض التقديمي التالي الذي تقدمه أو تسجيل صوتك في أثناء القراءة. قم بعد ذلك بتقييم الصوت باستخدام النموذج القادم لتقييم الصوت والحديث.

٣- قم بقراءة القصص لأطفال العائلة وأطفال الجيران وتطوع بالقراءة لشخص كفيف. استخدم الصوت بأعلى طاقاته وأعلى مستوياته. عندما يكون هناك شخصية في القصة، انطق كلمات هذه الشخصية بصوت مميز، وبهذا ستستمتع وتكون القصة أكثر إمتاعاً للأطفال.

٤- قم بشراء أو استعارة بعض الكتب المسجلة على شرائط بصوت إحدى الشخصيات المشهورة بالطلاقة في الحديث. ستساعدك هذه الشرائط على تدريب الأذن واكتساب الثقة لتوسيع المدى الصوتي كما سيكون الاستماع إليها ممتعاً أيضاً.

نموذج تقييم الصوت والحديث

١- إخراج الصوت

أ. النبرة

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ب. التنفس الصحيح

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ج. الجودة الصوتية

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

د. الرنين

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

هـ. الطاقة الإجمالية للصوت

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

٢- نطق الأصوات

أ. التعبير الواضح

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ب. الشفاه المرنة والفك واللسان

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ج. الترقيم السليم والواضح

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

د. الأداء باستخدام الحروف الصحيحة

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

٣- التنوع الصوتي

أ. مستوى الصوت

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ب. السرعة أو الإيقاع

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ج. الحدة

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

د. النبرة

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

هـ. الاتجاه

جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

و. زيادة أو تقليل التشديد على الكلمات

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

ز. استخدام الوقفات

______ جيد ______ يحتاج إلى تطوير ______ ضعيف

٤- المناطق الأساسية التي تحتاج إلى تطوير

الفصل التاسع

الخطأ السادس - عدم ملاءمة الحديث لاحتياجات الجمهور

تصور أنك في رحلة استكشافية لتسلق قمة جبل "إفرست". وبينما تسير في طريقك إلى خارج المعسكر، تسمع صوت الرعد؛ إنه انهيار جليدي. عندئذٍ، يلتفت مرشد الرحلة إليك والمتسلقين الآخرين ويقول: "قد لا تعرفون هذا، ولكنني أعمل مرشداً منذ عدة سنوات. وقد كانت مجموعتي هي المجموعة الوحيدة التي نجت في آخر انهيار جليدي ضرب هذا الجبل. إليكم ما فعلناه حتى ننجو ...".

كيف ستكون حالة المستمعين عند الإنصات إلى ما يقوله مرشد الرحلة؟ الاهتمام. ولماذا؟ لأن هذا الحديث يلبي احتياجات الجمهور.

لقد كنت أستمع إلى سيدة تلقي خطاباً في أحد المؤتمرات حول الطرق التي يمكن أن تتبعها الجمعيات الجديدة لكي تنمو وتزدهر وتكون لها أهمية بالنسبة للأعضاء، وكان الجمهور مهتماً بالموضوع. ولكن السيدة لم تكن واضحة واستخدمت أساليب غير موفقة، ولم تكن تنهي أية فكرة كما كررت إحدى الكلمات المملة كثيراً في الحديث. بيد أنها لاقت حفاوة بالغة؛ لأن الحديث يفي باحتياجات الجمهور الذي شعر أنها تهتم به وتدرك اهتماماته. فمن المهم أن تتم صياغة الحديث ليتناسب مع احتياجات الجمهور. وحتى إذا لم يكن المتحدث بارعاً، يمكن أن ينجح في جذب انتباه الجمهور إذا اهتم به، ولكنه لن ينجح في جذب انتباهه لو لم يهتم به حتى لو كان حديثه ممتازاً.

بصفة عامة، هناك عدد كبير من الأحاديث التي لا تفي باحتياجات الجمهور. والسبب الرئيسي في ذلك عدم إدراك المتحدث لضرورة أن يتحدث مع الناس في شيء يحتاجون إلى معرفته.

في إحدى مهني السابقة، حيث كنت أعمل مدرّسة في مدينة نيويورك، لم أستغرق وقتاً طويلاً لكي أدرك أنه ما لم تكن معلوماتي لها مغزى عند الطلاب فإنهم سيتجاهلونني على الفور. ولم أستطع أن أدرّس لهم قائمة من المبادئ المملة، فكل ما كنت أقوم بتدريسه لهم كان يتعلق بحياتهم. على سبيل المثال، عندما كنت أقوم بتدريس مادة المناقشات الجماعية، طلبت

منهم أن يقوموا بتمثيل سيناريو. فقد طلبت من كل منهم أن يتخيل أنه مع مجموعة من أصدقائه تتكون من خمسة أفراد وأن عليهم أن يقرروا ما الذي سيفعلونه في يوم الإجازة الأسبوعية. فكيف تم اتخاذ القرار؟ وهل كان لأحدهم تأثير على الآخرين؟ وكيف كان يمكن التأكد من أن لكل فرد في المجموعة رأيًا؟ وقد استمتع الطلاب بهذا التدريب، كما تعلموا المبادئ التي كنت أريد تعليمهم إياها - سواء أشعروا بذلك أم لا.

من جهة أخرى، يجب ألا يتوقع المتحدث من الجمهور درجة الاستمتاع نفسها التي أحس هو بها، ولكن يجب أن يعمل على صياغة الحديث ليناسب اهتماماتهم. ومهما كان الموضوع جديرًا بالاهتمام أو ضروريًا أو منقذًا لحياة بعض الناس، فلن يكون تحمس المتحدث للموضوع كافيًا؛ فيجب جذب انتباه الجمهور دائمًا حيث إنه من الصعب أن يقتنع بشيء. ولأن المتحدث لن يستطيع قول كل ما يريده في الموضوع الذي يتحدث فيه، فعليه أن يقول الأشياء التي يحتاج الجمهور إلى سماعها.

الموضوعات الأكثر فعالية

إن القدرة على كسب الجمهور تكون أسهل إذا عرف المتحدث الأشياء التي يهتم الناس بها وهي: الصحة والمال وأنفسهم. لكن معظم الأحاديث الجيدة تناقش أحد هذه الأمور وعادة ما يكون العنصر الأخير.

جذب انتباه الجمهور وتحفيزه

لأن كل إنسان يقوم بالأمور لأسبابه الخاصة، فيجب أن يعمل المتحدث على تشجيع الجمهور وإثارته من منطلق تفكير أفراد الجمهور وليس من منطلق تفكير المتحدث. فلو كان الحديث يتناسب مع احتياجاتهم فسيضطرون إلى الإنصات. وفي أحاديثي وندواتي، أبحث دائمًا عن مشكلة معينة أو أكثر يواجهها الجمهور لأقوم بصياغة حديث يحل هذه المشكلة أو يعرض لها حلاً، وهذا ما يسمى بأسلوب المتحدث حلاّل المشاكل. ودائمًا ما أفضل هذا الأسلوب بشدة. على سبيل المثال، هب أنك تتحدث إلى المديرين عن كيفية إدارة أقسامهم بكفاءة، وذكرت أن مشكلة من المشاكل التي يواجهونها هي تحفيز الموظفين، سيكون عليك عندئذ أن تحدد لهم استراتيجية للعمل بها تتوافق مع النتائج التي يتوقع الحصول عليها في الشركة.

سواء أكان الجمهور فرداً واحداً أم ألف فرد، يجب على المتحدث التركيز على احتياجاتهم. ويتطلب النجاح في المواقف الفردية من المتحدث التركيز على الشخص الآخر. يجب بدء إعداد أي حديث عام بأن يضع المتحدث نفسه في مكان الشخص الذي سيسمعه وأن يقوم بصياغة حديثه على هذا الأساس.

كذلك، فإن الحديث عن المشاكل التي يواجهها الجمهور يوضح أهمية السياق. لتوضيح ذلك، لنتخيل أن هناك ندوة، وبدلاً من أن يتحدث المتحدث المنوه عنه، تحدث إلى الجمهور خبير في الحياة في الصحاري. أغلب الظن أن الجمهور لن يستمع إلى هذا المتحدث باهتمام كبير. ولكن إذا كان من يتحدث في هذه الندوة طيار اضطرته الظروف إلى الهبوط في إحدى الصحاري، فسوف يختلف أسلوب الإنصات إلى الحديث. فسياق الحديث لا بد وأن يتوافق مع احتياجات الجمهور واهتماماته؛ فيجب على المتحدث أن يتخيل ذلك وبهذا يكون على الطريق الصحيح.

الاستجابة لاحتياجات الجمهور

يجب أن يعمل المتحدث وفقًا لرغبات الجمهور لإمتاعهم؛ وما يستمتع به الجمهور عادةً هو الاهتمام بذاته. ويمكن للمتحدث أن يصل إلى اهتمامات الجمهور، إذا أدرك ما يفكر فيه كل فرد في الجمهور. لماذا يهتم الجمهور بالاستماع إلى الحديث؟ إن كل إنسان لديه شيء يستحوذ على اهتمامه، وعلى المتحدث أن يعرف هذا الشيء وأن يقوم بصياغة الحديث على هذا الأساس؛ ويجب أن يكون هذا الشيء فائدة أو مجموعة من الفوائد التي ستعود على الجمهور.

ويمكن للمتحدث أن يكسب الجمهور عن طريق الاهتمام بالفوائد التي تعود عليه، وليس عن طريق الحقائق. ففي الغالب، يشتري الإنسان الشيء للفائدة الناتجة عنه وليس للشيء في حد ذاته. فقلم الحبر الجاف به كرة صغيرة الحجم جداً في طرف سنه (حقيقة)؛ حتى تحول دون وقوع الحبر على الشخص الذي يقوم بالكتابة (فائدة). فيجب أن يشتمل الحديث على منفعة للجمهور قبل أن يشتمل على حقيقة مهمة له. ولكن يجب الحذر في منح هذه الفوائد للجمهور؛ حيث يجب أن تكون الفائدة واضحة لأن هذا هو الهدف الذي يسعى المتحدث إلى تعزيزه. فيجب ألا يفترض المتحدث أن الجمهور يستطيع التوصل إلى هذه الفائدة بنفسه.

ومن الوهلة الأولى، قد تبدو هذه النصيحة فلسفية إلى حد ما، ولكن الجمهور عادةً ما يكون كسولاً ولا يريد أن يبحث عن المغزى من الحديث؛ فيجب أن تكون كل فكرة في الحديث واضحة وتنصب على اهتماماته الذاتية. ويجب على المتحدث أن يفكر من هذا المنطلق؛ فالمتحدث يستهلك وقت الجمهور كما أنه يطلب منه الإنصات إليه والتفكير فيه بعمق. لذا، فإنه من الذكاء والكياسة الاستجابة لاحتياجات الجمهور الذي يخصص وقته للاستماع إلى المتحدث. في النهاية، سيستفيد الجميع وخاصةً المتحدث لأنه نجح في توصيل أفكاره بأسلوب حيوي ومقنع ومميز.

تحفيز الجمهور باستخدام الحقائق والمشاعر

يمكن التواصل مع الجمهور باستخدام خليط من الحقائق والمشاعر. وذلك حيث تكون الحقائق مهمة لأنها تساعد المتحدث في توصيل المعلومات. كما أن المشاعر ضرورية أيضًا؛ لأن أي تواصل مع الآخرين يحتاج إلى إقناعهم بشيء ما سواء أكان هذا الشيء ملموسًا (كمنتج أو خدمة) أم غير ذلك (كفكرة أو مبدأ).

يستطيع المتحدث الربط بين الحقائق والمشاعر بالعمل على تحفيز وظائف كل من الجانب الأيمن والأيسر في المخ. فعند استخدام المتحدث للحقائق، سيعمل على تحفيز الجانب الأيسر عند الجمهور، وعند استخدام المشاعر فهو يعمل على تحفيز الجانب الأيمن. وفي مصطلحات البيع، تعرف كل من الحقائق والمشاعر على أنها المواصفات والفوائد. فالمواصفات تعمل على تحفيز الجزء العقلاني والمهتم بالتفاصيل في المخ. على سبيل المثال، لن يستطيع أحد بيع مكيف للهواء اعتماداً على وصفه فقط بأنه صندوق رمادي اللون يتم تركيبه في النافذة، ولكن لا بد من إبراز فائدته وهي تبريد الهواء في الصيف، مما يدفع الناس إلى شرائه.

فمواصفات مكيف الهواء تظل كما هي لكل فرد - صندوق رمادي اللون - ولكن الفائدة تختلف من فرد إلى آخر. فقد يحتاج إنسان المكيف لتبريد الهواء فحسب ويحتاجه آخر لتنقية الهواء في الحجرة من أجل وجود طفل مصاب بالربو. لذا، يجب أن يعرف المتحدث احتياجات أفراد الجمهور للتأكيد على الفوائد التي ستعود عليهم.

عندما أعقد ورش العمل الخاصة بفن التحدث أمام الآخرين، من أول الأشياء التي أقوم بها أن أسأل المشاركين عن الفائدة التي ستعود عليهم إذا أصبحوا متحدثين بارعين. في الواقع، كنت دائمًا أتلقى مجموعة متنوعة من الإجابات، ولكن الثقة والمصداقية والمال أهم الفوائد التي يتم ذكرها. من ثم، دائمًا ما أضع هذه الفوائد في ذهني حتى أستطيع تحفيز الجمهور ليتمكن من تحقيق النجاح.

سبع خطوات لتنشيط الجمهور

إذا خاطب المتحدث احتياجات الجمهور، فإنه سينجح في إشراكه في الاهتمام بحديثه. وكلما نجح المتحدث في أن يجعل الجمهور مشاركًا وإيجابيًا، كان حديثه أكثر فاعلية. والمشاركة هنا لا تعني الدخول في حلقة من الأسئلة والإجابات، بل تعني القدرة على جعل الجمهور يفكر ويتجاوب ويدون ملاحظات في أثناء الحديث. وفيما يلي سبع خطوات تساعد على غرس فكرة المشاركة في ذهن الجمهور؛ مما يؤدي إلى الاقتناع الذي يحدث عندما يتابع الجمهور الحديث ويتقبل الأفكار:

١- إعداد الحديث بعناية حتى يدرك الجمهور مدى اهتمام المتحدث به وباحتياجاته

٢- جذب انتباه الجمهور للإنصات عن طريق ابتكار أسلوب افتتاحي مثير وعنوان يناسب الجمهور

٣- عرض الأفكار مع التمثيل بالقصص والأمثلة والحقائق - فالمتحدث يريد أن يتذكر الناس حديثه، وهذه الأمثلة تساعد على أن يكون الحديث أكثر حيوية.

٤- الإشارة إلى تأثير هذه الأفكار على الجمهور والفوائد التي ستعود عليه - حيث يعرض المتحدث جميع الحقائق أمام الجمهور ويدعمها. وبعد ذلك، يجب أن يعمل المتحدث على الربط بين هذه الكلمات وحياة الجمهور. فإذا كان المتحدث يريد أن يقنع المديرين باستخدام التوصيف الوظيفي عند القيام بعملية التوظيف، فإنه عليه أن يخبرهم كيف سيساعد هذا الأسلوب على توظيف الأشخاص المؤهلين وتوفير الوقت والعمل بكفاءة أكبر مع قسم شئون العاملين، وهكذا.

٥- استخدام الكلمات الأكثر حيوية وجاذبية (مثل: اكتشاف وسهل ومضمون وصحة وحب ونقود وتمت تجربته ونتائج وسلامة وتوفير، وغيرها)

٦- العمل على إشراك الجمهور في الحديث - فيجب على المتحدث أن يطلب من أفراد الجمهور دراسة الأفكار والتأمل فيها بحيث يعرض لهم الارتباط بين هذه الأفكار وبين حياتهم فهي ليست مجرد أفكار المتحدث الخاصة.

٧- الطلب من الجمهور التفاعل مع الأفكار - فأفضل الأحاديث هي التي يستمر تأثيرها ويمتد لمواقف أخرى - فتؤدي إلى تقديم مطالب وتغيير الأفكار وتؤثر على عمليات إعادة التنظيم وعلى كيفية القيام بالأمور.

ويمكن أن تكون الخاتمة هي النقطة التي توضح الهدف الرئيسي للحديث منذ بدايته. لكن يجب على المتحدث ألا يعمل مطلقًا على إخفاء هذا الهدف حتى النهاية. وبنهاية الحديث، يجب أن يكون المتحدث قد عرض كل الحقائق والقصص حتى يصل إلى النقطة التي لا يشك فيها الجمهور في التزامه؛ وبهذا ينجح في جذب انتباه جميع أفراد الجمهور.

الأخطاء الفنية في الحديث

لقد عملت كمستشارة للعديد من الشركات الكبرى، وفي معظمها كان الموظفون الذين يريدون إلقاء حديث يفترضون أن عليهم عرض الحقائق فقط مهما كانت فنية متخصصة؛ وذلك لأن الجمهور كان متخصصاً.

يجب ألا يرتكب المتحدث هذا الخطأ، كما يجب ألا يتخيل أن الفائدة من الحديث لا علاقة لها بالعرض التقديمي الفني أو أنها واضحة بالفعل للجمهور. وذلك حيث تختفي الفائدة من الحديث وتضيع فيما بين الكلمات المتخصصة المستخدمة. تجدر الإشارة هنا إلى أن توضيح الفوائد نادراً ما يكون إقراراً لأمر واضح، ولكنه يؤدي، بدلاً من ذلك، إلى الوضوح والإقناع.

من جهة أخرى، غالبًا ما يفترض المتحدث الفني المتخصص أن الجمهور لديه خبرة كبيرة عن الموضوع ولغته المتخصصة. لكن يجب ألا ينخدع المتحدث بمستوى تعليم الجمهور معتقداً أنه لا يجب عليه توضيح المصطلحات وعقد المقارنات وتوضيح الفوائد. فلقد كنت ألقي حديثًا في إحدى المرات أمام مجموعة إدارية على مستوى عالٍ وأعددت حديثًا اعتقدت أنه يتناسب مع مستوى الجمهور، ولكن سرعان ما اتضح أن الجمهور - المتخصص وحديث العهد بالإدارة - لم يستطع المتابعة، ولهذا قمت سريعًا بتعديل الحديث قبل أن أفقد انتباه الجمهور تماماً.

طرق توصيل الحديث بفعالية

يمكن تشبيه المتحدث بالبائع، وما يحاول بيعه هو المعلومات. وقد يكون الجمهور ملتزماً بمجموعة من الأفكار، ولكن يمكن تغييره حيث يستطيع المتحدث توصيل المعلومة بفعالية أكبر، إذا تذكر أن الأسباب التي يتأثر بها الناس عند الشراء عاطفية وليست متعلقة بالحقائق. فعند عرض الحقائق، يجب أن ترتبط هذه الحقائق بالاحتياجات العاطفية للجمهور.

ولقد اكتشف العالم النفسي "إبراهام ماسلو" أن كل الناس لديهم سلسلة من الاحتياجات التي تتدرج بدءاً من الحاجات الأساسية إلى الحاجات الأسمى وهي الحاجات النفسية كالبقاء والأمان والحاجة الاجتماعية وتقدير الذات وتحقيق الذات. ولكي يستطيع

المتحدث توصيل الأفكار أو الحديث، لا بد من أن يضع هذه الاحتياجات في ذهنه حيث إنها تؤثر على مدى اقتناع الجمهور بالحديث.

وفيما يلي قائمة تشتمل على العديد من الأسباب التي تقنع الناس بالحديث. وترتبط هذه الأسباب بالتسلسل الذي اكتشفه "ماسلو"، ويجب أن يعرف المتحدث ما إذا كان حديثه يرتبط بواحدة على الأقل من هذه الاحتياجات العاطفية:

١- كسب المال

٢- توفير المال

٣- توفير الوقت

٤- توفير الجهد

٥- الحصول على الراحة

٦- تحسين الصحة

٧- تجنب حدوث الألم

٨- اكتساب الشهرة

٩- كسب إشادة الآخرين

١٠- الاستمتاع بمدح الآخرين

١١- الاحتفاظ بالممتلكات

١٢- الحصول على المزيد من الترفيه

١٣- إشباع الفضول

١٤- حماية الأسرة

١٥- الحفاظ على المظهر العام

١٦- إرضاء الرغبات

١٧- منافسة الآخرين

١٨- امتلاك أشياء مميزة

١٩- تجنب نقد الآخرين

٢٠- تجنب المتاعب

٢١- استغلال الفرص

٢٢- الحصول على التميز والتفرد

٢٣- حماية السمعة

٢٤- المحافظة على سيطرة الفرد على جميع جوانب حياته

٢٥- الشعور بالأمان

التعرف على اهتمامات الجمهور

يحاول المتحدث تحفيز الجمهور، ولكن هل يعرفه؟ إن لهذا الجمهور احتياجات وأهدافًا ومتاعب، فما هذه الحاجات والأهداف والمتاعب؟ يجب على المتحدث أن يبحث عن الأشياء المتعلقة بالجمهور، وذلك عن طريق الإجابة عن الأسئلة التي سترد فيما بعد.

شعور المتحدث بأنه فرد من الجمهور

إن المتحدث البارع لا يكون مدركًا فقط لاحتياجات الجمهور واهتماماته، بل يجب أن يكون ملمًا بالصورة العامة، وكيفية تأثير الأحداث الجارية على حديثه وبالأفكار السابقة للجمهور عن الموضوع. ولكن يجب على المتحدث ألا يرتكب خطأً بأن يفترض أن الجمهور لديه علم بالأحداث العامة السياسية منها والاقتصادية، كما يجب عليه ألا يخطئ في تقدير ما يعرفه الجمهور.

بعد أن يقوم المتحدث بإعداد حديثه الذي يخاطب احتياجات الجمهور، عليه بعد ذلك أن يضيف الأشياء الأساسية - الافتتاحية وأسلوب الانتقال من فكرة إلى أخرى والخاتمة - مما يؤكد على أهمية المادة المعروضة في الحديث.

نصائح مهمة: إقناع الجمهور بالحديث عن طريق عرض الفوائد

١- تخيل أنك تطلب الحصول على زيادة في الراتب. قم بتدوين ثلاث حقائق عن أسباب استحقاقك لها، بالإضافة إلى الفوائد التي ستعود على صاحب العمل من ذلك.

٢- تخيل أنك مندوب مبيعات لأحد الأنواع من السيارات. قم بتقسيم ورقة إلى عمودين، وضع لأحدهما عنوان (مواصفات المنتج) والآخر بعنوان (فوائد المنتج). اكتب في عمود المواصفات أربع خصائص للسيارة. وبالنسبة لكل من المواصفات الأربع، اكتب فائدة واحدة. على سبيل المثال، إذا كان الغطاء العلوي للسيارة يمكن طيه، اذكر الفوائد بجوار هذه الخاصية.

تحليل الجمهور - شكل عام: ما يحتاج المتحدث معرفته

١- الاحتياجات والمشاكل والاهتمامات الجوهرية الخاصة بالجمهور في هذه اللحظة:
____

٢- معرفة الجمهور بالموضوع واللغة المستخدمة فيه: ______________

٣- علاقة الجمهور بالمتحدث: ______________

٤- مستوى تعليم الجمهور: ______________

٥- العمر: ______________

٦- النوع ومعدل الرجال بالنسبة للسيدات: ______________

٧- الخلفية العرقية: ______________

٨- المهنة: ______________

٩- عدد الجمهور: ______________

١٠- أي اهتمامات خاصة أو الهدف من الاجتماع مع الجمهور: ______________

١١- الديانة: ______________

١٢- الاتجاه السياسي: ______________

١٣- المنظمات الخاصة والأحداث الجارية: ______________

١٤- هل هناك متحدثون آخرون قبل المتحدث أو بعده؟ ______________

١٥- هل سيكون هناك مشروبات أو طعام قبل الحديث؟ ______________

١٦- هل سبق لأحد الحديث في هذا الموضوع؟ ______________

وماذا كان رد فعل الجمهور؟ ______________

١٧- ما الذي استجاب إليه الجمهور بصورة أكثر إيجابية؟ ______________

١٨- ما الذي استجاب إليه الجمهور بصورة أكثر سلبية؟ ______________

١٩- ما المعلومات وأدوات الدعم التي يستخدمها المتحدث في إقناع الجمهور (على سبيل المثال الإحصائيات والنوادر والتوضيحات ووسائل المساعدة البارزة)؟

فيما يلي استبيان اتضح أنه كان مفيداً مع الأشخاص الذين طلبوا مني إلقاء خطب أو عروض تقديمية. وسواء أقام شخص آخر بملء البيانات أو قام المتحدث بالبحث عن المعلومات بنفسه، فيجب الإجابة عن الأسئلة قبل مواجهة الجمهور.

تحليل الجمهور - شكل مخصص

تم تصميم هذا الاستبيان لمساعدة المتحدث في إعداد برنامج يتناسب مع احتياجات الجمهور، ويجب الإجابة عن كل الأسئلة.

١- ما الهدف من الاجتماع؟

٢- ما التحديات أو المشاكل الثلاث الكبرى التي يواجهها الأفراد الحاضرين؟

(أ) ______

(ب) ______

(ج) ______

٣- ما الخصائص المميزة للحاضرين؟

العمر ______ المهنة ______

النوع ______ الدخل السنوي للفرد ______

مستوى التعليم ______

٤- هل سيكون هناك أي ضيوف متميزين؟

٥- كم عدد الأفراد الحاضرين؟ ______

٦- ما سبب حضورهم؟ ______

٧- كيف سيتم إخطارهم؟ ______

٨- ما رأيهم في الموضوع بشكل عام؟ وهل هو مفضل أم لا؟

____

____

٩- ما الحقائق الثلاث التي يجب معرفتها قبل مخاطبتهم؟

(أ) ______________________________

(ب) ______________________________

(ج) ______________________________

١٠- من المتحدثين في هذا الموضوع من قبل؟

(أ) ______________________________

(ب) ______________________________

(ج) ______________________________

١١- أي البرامج وأي المتحدثين استقبل الجمهور حديثهم بحماس أكبر؟

____

____

١٢- يجب عمل قائمة بأسماء ووظائف ثلاث شخصيات معروفة ومحبوبة في المؤسسة والذين يكونون حاضرين في أثناء إلقاء الحديث ويمكن للحاضرين التعامل معهم أو الاتصال بهم عند الحاجة:

الاسم ______________ الوظيفة ______________

الاسم ______________ الوظيفة ______________

الاسم ______________ الوظيفة ______________

١٣- ما أهم ثلاثة أحداث حدثت في مجال العمل أو لأفراد المجموعة خلال السنة الماضية؟

(أ) ______________________________

(ب) ______________________________

(ج) ______________________________

١٤- ما السمات المشتركة التي قد تجمع بين المؤسسة ومكان إلقاء الحديث؟

____

____

____

١٥- ما السمات المشتركة التي قد تجمع بين مجال العمل ومكان إلقاء الحديث؟

____

____

____

١٦- بالتحديد، ما الذي يريد المتحدث تحقيقه في هذا الاجتماع؟

(أ) ________________

(ب) ________________

(ج) ________________

١٧- ما أهداف المتحدث الخاصة من هذا الاجتماع؟

(أ) ________________

(ب) ________________

(ج) ________________

١٨- هل هناك موضوعات أو قضايا معينة يريد المتحدث مناقشتها في أثناء الاجتماع؟

(أ) ________________

(ب) ________________

(ج) ________________

١٩- هل هناك موضوعات أو قضايا معينة يجب تحاشي مناقشتها في في الحديث؟

(أ) ________________

(ب) ________________

(ج) ________________

٢٠- هل هناك أي اقتراحات تساعد المتحدث على أن يكون حديثه متميزاً؟

(أ) ________________

(ب) ________________

(ج) ________________

الجزء الثالث

تبسيط النقاط الصعبة في الحديث

الفصل العاشر
الأساليب الافتتاحية للحديث

عادةً ما يبدأ المتحدث البارع حديثه بفعالية؛ حيث يعمل على جذب انتباه الجمهور على الفور. ويجب على المتحدث أن يستحوذ على انتباه الجمهور واهتمامه في أثناء الحديث؛ فدون هذا الانتباه لن يستطيع المتحدث توصيل المغزى من حديثه، وسيجد صعوبة في الاستمرار مهما كان الموضوع شيقًا، كما أنه لن يستطيع تحقيق التوازن والسيطرة وهما من أسس نجاح المتحدث البارع.

إن المتحدث إنسان لا يعرف الجمهور عنه شيئًا، ولكن هذا الانطباع لا يدوم إلا لمدة أول ٣٠ ثانية من الحديث. وبعد ذلك، يستمع الجمهور إلى باقي الحديث وفقًا لهذا الانطباع الأول أي الجمل الأولى من الحديث. لذا، من المهم أن يحفظ المتحدث الافتتاحية ويتدرب عليها عدة مرات؛ حيث إن هذه الافتتاحية تعتبر أول تواصل بين المتحدث وبين الجمهور، فيجب عليه ألا ينظر إلى أوراقه حتى يبدو هادئًا مؤثرًا ومقنعًا. كما أن عيني المتحدث تعد أهم وسيلة للمحافظة على انتباه الجمهور؛ لذا يجب التأكد من فتحهما.

استغلال الوقت المناسب

في بداية الحديث، يكون لدى المتحدث فرصة كبيرة لشد انتباه الجمهور؛ حيث يتم تقديم المتحدث بأسلوب رسمي أو حماسي، ويأمل الحاضرون في أن يكون الحديث مشوقًا ومفيدًا وألا يكون مضيعة لوقتهم. كما أن الجمهور يكون في حالة توقع وانتظار، فيجب على المتحدث أن يكون واثقًا وملمًا بجوانب الموضوع ومستعدًا في البداية؛ وبهذا ينجح في الاستحواذ على انتباه الجمهور.

وتعتبر الافتتاحية بمثابة فاتح للشهية؛ ولا يجب أن تكون هذه الافتتاحية مجرد إرضاء للجمهور، بل يجب أن تكون جذابة ومشوقة وتعمل على إثارة الحماس وشد الانتباه لباقي الحديث. وإذا فشل المتحدث في جذب انتباه الجمهور من البداية، فسيستغرق على الأقل ثلاث دقائق حتى يمكنه ذلك، وسيفقد الجمهور اهتمامه ببقية الحديث.

يجب على المتحدث المقارنة بين هاتين الافتتاحيتين:

١- "أهلاً بكم، أنا محدثتكم "دورثي ليدز" سأتحدث إليكم عن بعض الأطعمة التي يجب تجنب تناولها لتقليل ما يمكن أن تعانوا منه من أمراض وتوتر."

٢- "سيداتي وسادتي: هل تريدون أن يطول عمركم ٢٠ عاماً تتمتعون فيها بالصحة؟ إذن عليكم بالتفكير قبل استخدام الملاّحة. أنا "دورثي ليدز" وسأشارككم في ١٠ خطوات سهلة وتمت تجربتها لإضافة ٢٠ عاماً إلى حياتكم."

منذ عدة أعوام، ألقى المهندس المعماري المتميز "فرانك ليود رايت" حديثًا في مدينة "بتسبرج". وقد كانت افتتاحيته التي جذبت انتباه الجمهور هي: "هذه هي أسوأ مدينة شاهدتها على الإطلاق"؛ وبهذا انتبه جميع سكان مدينة "بتسبرج" إلى الافتتاحية وإلى بقية الحديث. تجدر الإشارة هنا إلى أنه تم في أحدث تقرير تصنيف هذه المدينة على أنها أكثر المناطق المرغوب الحياة فيها في الولايات المتحدة. فلقد عرف "رايت" كيف يفتتح حديثه، فلم يبدأ بعبارات تقليدية مثل "مساء الخير، إنه لمن دواعي سروري أن أكون هنا" أو أن يبدأ بفكاهة ليس لها أي ارتباط بالموضوع لمجرد أن يبدأ بداية مرحة. لقد تمكن بذلك من جذب انتباه واهتمام الجمهور؛ وحتى لو لم يوافقوه الرأي، فإنهم على الأقل قد استمعوا إليه.

تعرف الجمهور على قدرات المتحدث

عندما يُلقي المتحدث خطابه، يكون هناك شخص آخر يقوم بتقديمه. وفي حالة إذا ما كان هذا الشخص متحدثًا بارعًا وملمًا بكل المعلومات عن المتحدث، فسيكون المتحدث على بداية الطريق الصحيح. ولكن هذا لا يحدث دائمًا؛ فيجب أن يُحسن المتحدث صياغة المقدمة.

إن المقدمة هي أول شيء يسمعه الجمهور من المتحدث، كما أنها فرصته الأولى لإيجاد انطباع جيد عنه. ويجب ألا يسمح المتحدث للآخرين باستخدام أسلوبه الافتتاحي؛ حيث إن المقدمة التي يصيغها المتحدث بنفسه تعمل على إعداد الجمهور وتضع المواصفات المناسبة للحديث، بالإضافة إلى كونها وسيلة ربط بين بداية الحديث وما بقي منه. وإذا ما كتب المتحدث المقدمة بنفسه، فسوف يكون ذلك أكثر دقة. فما أكثر المتحدثين الذين اضطروا إلى بدء الحديث بتصحيح خطأ في المعلومات الخاصة بهم في المقدمة؛ وذلك لأنه كتبها شخص آخر لم يتحرَّ الدقة عند تدوين الحقائق.

مع ذلك، لا يزال هناك بعض المخاطر المرتبطة بقيام المتحدث بكتابة المقدمة بنفسه. فقد يفسد الشخص المسئول عن التقديم الفكاهة التي كتبها المتحدث للبدء بها أو من الممكن أن يخطئ حتى في نطق كلمة. ولكن مما يقلل من فرص وقوع أخطاء أن يقوم المتحدث بصياغة النص بنفسه.

من جهة أخرى، يجب أن يرسل المتحدث المقدمة مع ملحوظة توضح مدى ارتباطها بالحديث إلى الشخص الذي سيقوم بتقديمه مع التأكيد على ضرورة قراءتها كما هي. كذلك، من الممكن تخصيص بعض الوقت لهذا الشخص لإضافة شيء حسب رغبته مع الإشارة إلى مكان هذا الجزء. كما تجب كتابة المقدمة على الكمبيوتر بخط كبير وواضح مع ترك مسافات حتى تكون سهلة في القراءة. علاوة على ذلك، ينبغي أن تكون المقدمة مختصرة وموجزة، وتشتمل على أربع نقاط فقط وهي اسم المتحدث ولقبه ومؤهلاته والفائدة التي تعود على الجمهور من الحديث والسبب في استدعائه لإلقاء هذا الحديث. وعندما يذكر المتحدث مؤهلاته، يجب أن يذكر أفضل ثلاثة أو أربعة والتي يهتم الجمهور بمعرفتها.

هذا مثال لمقدمة كتبها "جويل ويلدون" المتحدث المشهور عن نفسه:

"إن محدثكم اليوم "جويل ويلدون" وموضوع حديثه (تأتي المشاكل من أتفه الأشياء)، و"جويل" من مدينة "سكوتس دايل" بولاية "أريزونا" حيث يدير شركته المتخصصة في مجال التطوير الشخصي. وعلى مدى الست سنوات الماضية، قام بعقد أكثر من ١٠٠٠ ندوة وورشة عمل لكبرى المؤسسات الأمريكية.

ولقد تم استدعاؤه اليوم ليُلقي هذا الحديث بسبب قدرته الفريدة على مساعدة المتحدثين الناجحين في أن يكونوا أكثر نجاحًا، كما أنه متحدث مبدع، وسيكون من الممتع الاستماع إليه. كما أن بطاقته تقول: "النجاح لا يأتي بفعل الممكن ولكن بفعل المستحيل". إن موضوع الحديث (تأتي المشاكل من أتفه الأشياء) سيساعدكم في التعرف على "جويل ويلدون"."

إن هذه مقدمة ثرية، فهي قصيرة وبسيطة وفعالة.

تجدر الإشارة إلى أنني دائمًا ما أختتم الجزء الذي يتم من خلاله تقديمي بلمسة جميلة؛ فأقول: "أرجو أن تنضموا إلي في الترحيب بالمتحدثة "دورثي ليدز" وموضوع فن التحدث مع الآخرين". إن ختام المقدمة بهذا الأسلوب يؤدي إلى عاصفة من التصفيق، مما يعطي للمتحدث دفعة لاستكمال باقي الحديث.

تقديم المتحدث لنفسه

في بعض الأحيان لا يكون هناك شخص يقوم بتقديم المتحدث. في هذه الحالة، يجب على المتحدث أن يقوم بذلك بنفسه، وعندئذ يجب على المتحدث ألا يصعد إلى المسرح ويقول: "مساء الخير، سيداتي وسادتي. أنا "دورثي ليدز" وسأتحدث اليوم عن ..."، فهذا شيء ممل؛ حيث إن

الجمهور يتوقع مثل هذا من المتحدث. أما واجب المتحدث يُحتّم عليه أن يُفاجئ الجمهور، وبهذا يجذب انتباهه ويعرف أن المتحدث ليس متحدثًا عاديًا؛ حيث يجب على المتحدث أن يبدأ بجذب انتباه الجمهور وأن يشوقه قبل البدء في الحديث.

عند المقارنة بين الافتتاحيتين السابقتين (تحت عنوان استغلال الوقت المناسب)، سنرى أن الافتتاحية الثانية عبارة عن جملتين طويلتين، ولكنهما كافيتان لجذب انتباه الجمهور. بعد ذلك، يمكن للمتحدث الإفصاح للجمهور عن شخصيته، وعادةً ما يكفي ذكر الاسم فليس ذلك الزمان أو المكان المناسب لسرد جميع التفاصيل عن نفسه. ويمكن أن يشتمل الحديث على معلومة عن المتحدث، إذا كانت تتعلق بالموضوع. على سبيل المثال، كنت أستطيع جذب انتباه الجمهور بهذه العبارة: "أنا "دورثي ليدز" المعروفة باسم الفارسة التي تستطيع الإجابة عن كل الأسئلة".

المعايير الأساسية لصياغة الافتتاحية

إن صياغة الافتتاحية تعتبر من المسئوليات الجوهرية التي يجب الاهتمام بها أكثر من أي جزء آخر في الحديث. وعلى الرغم من صعوبة القائمة التالية، فإنه يجب تذكر أن الافتتاحية التي تتم صياغتها جيداً تعمل على الدمج بين العديد من المهام في دقائق قليلة أو جمل محدودة. إن المهمة الرئيسية لأية افتتاحية هي جذب انتباه الجمهور، ولكنها ليست المهمة الوحيدة لها. وهذه بعض المعايير التي تساعد في صياغة افتتاحية مؤثرة:

١- جذب انتباه الجمهور – وليس من المهم فقط كيفية جذب انتباهه، بل التأكد من حدوث ذلك.

٢- وجود علاقة بين ما يأتي في أول الحديث وما يأتي بعد ذلك – وهذا ما يفضله الناس في المتحدث، ويمكن للمتحدث مراجعة بعض الأحاديث السابقة.

٣- تعريف الجمهور بأهداف الحديث والمغزى منه

٤- إشراك الجمهور في الموضوع والهدف منه – حيث إن المتحدث يريد الحصول على تأييد الجمهور.

٥- بناء توقعات لما سيأتي في الحديث – ويجب أن يكون المتحدث حريصًا؛ فلا يبدأ بفكاهة تدرّب عليها ثم يبدأ في سرد مجموعة من الحقائق والأرقام. فهذا سيؤدي إلى شعور الجمهور بالملل.

٦- بناء علاقة مع الجمهور وإعداده مع المحافظة على استرخائه، كما يجب أن يقوم المتحدث بتوضيح مدى الاستمتاع الذي سيشعر به الحاضرون عند الاستماع إليه وأنهم لن يشعروا بالملل، وبهذا يطمئنهم أنهم في أيدٍ أمينة.

٧- العمل على أن يثق الجمهور في المتحدث؛ بأن يقوم المتحدث بتوضيح الفائدة التي ستعود عليه من الحديث والمتعة التي سيجدها في الاستماع.

٨- حفاظ المتحدث على اتزانه أمام الجمهور مع إعطائهم بعض التوجيهات مثل طريقة ووقت الإجابة عن الأسئلة ووقت تسلم المقترحات؛ فيجب عليه أن يقوم بتوضيح كل شيء للحاضرين.

٩- إفصاح المتحدث عن بعض المعلومات الخاصة به حتى يكتسب تأييد الجمهور- وذلك عن طريق توضيح أنه إنسان ومعرض للوقوع في الخطأ أو أي شيء آخر يتناسب مع الموقف.

١٠- إحساس الجمهور بأن المتحدث يشعر بالسرور لأنه معه - ويتضح ذلك من حماسه، كما يمكن للمتحدث أن يوجه مجاملة مباشرة إلى الجمهور أو يفصح له عن شيء يظهر سعادته بأنه يشاركه.

لا بد من الاستفادة من الافتتاحية بطرق شتى، لكن للمتحدث قدراً كبيراً من الحرية في صياغتها. وتلك ميزة لا يتمتع بها الكُتاب الآخرون مثل مؤلفي المسرحيات والروايات؛ حيث لا يحتاج المتحدث أن يقتصر حديثه على شخصية معينة أو تاريخ معين. ويستطيع المتحدث استخدام جميع وسائل الإيضاح المرئية والمسموعة ولا يتحتم عليه أن يقتصر في حديثه على مكان أو زمان معين. فيمكن الذهاب من الماضي إلى الحاضر إلى المستقبل في جملة واحدة مع إمكانية الحصول على المعلومات من أي مصدر. علاوةً على ذلك، يمكن تعديل وضبط الهدف ليتناسب مع الجمهور الذي يخاطبه المتحدث.

طرق سريعة وسهلة لجذب انتباه الجمهور

إن المعيار لصياغة أية افتتاحية جيدة عبارة عن سؤال واحد وهو: هل هذه المقدمة تجذب انتباه الجمهور؟ ويمكن تشبيه ذلك بسقوط شجرة في الغابة؛ فلن يكون لها صوت ما لم يكن هناك أحد ليسمعها. فقد يكون المتحدث مستعداً للحديث، ولكن دون انتباه الجمهور له، لن يجد الحديث إلا آذانًا صماً.

وعلى الرغم من أن نجاح افتتاحية الحديث يعتمد في جزء كبير منه على أسلوب المتحدث في التوصيل والحماس في الحديث عن الموضوع، فإن هناك ١٤ طريقة قد تكون فعالة عند صياغة الافتتاحية وهي:

- **مجاملة الجمهور**: يجب ألا يستخدم المتحدث أسلوب التملق الواضح الذي لا علاقة له بالهدف، ولكن يجب أن يكون تعليقًا صادقًا على سمة معينة يتصف بها الجمهور. وإذا كان المتحدث يريد أن يحبه الجمهور، فيجب أن يُظهر حبه له أولاً. وعادةً ما يستخدم المتحدثون التعليق التالي في حديثهم: "إنه لمن دواعي سروري أن أكون هنا اليوم لأشهد هذه الإنجازات الرائعة لسكان هذه البلدة"، ودائمًا ما ينجح هذا الأسلوب.
- **التجاوب مع الجمهور**: إنني من أشد المؤمنين بفاعلية الأسئلة؛ حيث إن الأسئلة المباشرة تعمل على إشراك الجمهور في الحديث، وهذا هو أساس الافتتاحية الجيدة. وعادةً ما يستخدم هذا الأسلوب المتحدثون الحماسيون وأساتذة الجامعة؛ لأنهم بذلك يجذبون انتباه الجمهور إلى ما يفكرون فيه. ويُعتبر سؤال الجمهور من أفضل الأساليب إذا كان المتحدث يستطيع استخدامه بدقة، أما إذا سأل المتحدث سؤالاً ولم يجب أحد، فإنه سيفقد مصداقيته. لذا، يجب أن تكون نبرة صوت المتحدث موضحة لانتظاره إجابة من الجمهور مع ضرورة التوقف بالدرجة الكافية للحصول على إجابة. ويجب أن يكون لدى المتحدث دائمًا خطة بديلة كأن يجيب عن السؤال بنفسه بالسرعة الكافية لكي يوضح للجمهور أنه لم يغضب من عدم الحصول على إجابة، بالإضافة إلى ضرورة أن يكون السؤال مثيراً وسهلاً.

ويُعتبر افتتاح الحديث بسؤال طريقة جيدة للحصول على تجاوب من الجمهور منذ البداية؛ وعادةً ما أبدأ حديثي بهذا السؤال: "كم فرداً منكم يريد أن يصبح إنسانًا ناجحًا؟" وعندما أبدأ حديثي عن فن التحدث أمام الآخرين، عادةً ما أستخدم السؤال التالي: "كم فرداً منكم يستطيع جذب انتباه الآخرين؟" فيرفع كل الجمهور يده، وبهذا أكون قد استخدمت جملة واحدة لاكتساب مشاركة الجمهور.

- **استطلاع رأي الجمهور**: وهي طريقة أخرى لاكتساب مشاركة الجمهور. وغالبًا ما يتناسب استخدام هذا الأسلوب مع اللقاءات التي تحدث بعد تناول طعام الغداء أو العشاء؛ لأنه يدفع الجمهور إلى القيام ببعض الحركة حيث ينظر الجميع حوله لمعرفة من يرفع يده. على سبيل المثال، غالبًا ما أسأل الجمهور عند حديثي عن فن التحدث أمام

الآخرين "كم فرداً منكم يقدم عروضاً تقديمية رسمية؟" و"كم فرداً منكم يتحدث في الاجتماعات؟" و"من منكم يستخدم البريد الصوتي؟" و"من منكم لن يجيب مهما كان السؤال الذي أسأله؟" ويعتبر استطلاع رأي الجمهور من أفضل الطرق التي أستخدمها في أحاديثي؛ حيث إنها تزودني بالمعلومات وتعمل على إشراك الجمهور في الحديث.

إذا فكر المتحدث جيداً في استخدام الأسئلة، فسيساعده هذا الأسلوب على الحصول على معلومات قيمة. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث يخاطب مجموعة من الأطباء، فمن الأفضل أن يسأل مثل هذه الأسئلة: "كم طبيباً منكم عالج مرضى السكر؟" أو "من منكم يشعر بالسيطرة على المرض لدى معظم مرضى السكر لديه؟" أو "من منكم يشعر أنه يجب معالجة مرضى السكر بشكل أكثر كثافة؟". وذلك لأن إجابات الجمهور عن مثل هذه الأسئلة سوف تساعده على التركيز على ما يتوافق مع احتياجات الجمهور.

- **الأسئلة البلاغية:** عند استخدام مثل هذه الأسئلة التي لا تحتاج إلى إجابة، فإن المتحدث يُعيد صياغة الفكرة بأسلوب أكثر تأثيراً. كما أن هذا النوع من الأسئلة يجعل الجمهور يفكر؛ فبعد العروض التقديمية التي أناقش فيها تأثير وفعالية الأسئلة، أطرح على الناس هذا السؤال: "إذا كان للأسئلة مثل هذا التأثير، لماذا لا نستخدمها بصورة أكبر؟" من الممكن أن تعمل هذه الأسئلة على اكتساب مشاركة الجمهور؛ حيث يفكر الناس في إجابة السؤال. كذلك، فإن استخدام هذا الأسلوب يجذب انتباه الجمهور دون أن يجعل الحديث عبارة عن حلقة من الأسئلة والإجابات.

قبل أن يطرح المتحدث السؤال، يجب عليه أن يتأكد من أنه سؤال له تأثير بلاغي ويعمل على شغل تفكير الجمهور بالإضافة إلى اكتساب مشاركة الحاضرين الذهنية والجسدية.

- **استخدام الجمل المثيرة للدهشة:** يمكن أن يستخدم المتحدث جملة تؤدي إلى اندهاش الجمهور مثل: "إن أمي هي أطول الناس عمراً على ظهر الأرض" في بداية حديثه عن العناية بصحة المسنين لكي يستطيع جذب انتباه الجمهور. ويمكن أن يأتي بعد هذه الجملة عبارة مثل "أو على الأقل هذا ما تشعر به معظم الوقت". إن استخدام أية جملة تُفاجئ الجمهور سيعمل على جذب انتباهه إلى كل كلمة حتى يستطيع الحاضرون معرفة التفاصيل من المتحدث.

■ **الإحصائيات المدهشة:** يجب على المتحدث الجمع بين الإيجاز والدهشة؛ فهما سمتان مؤثرتان في أية افتتاحية، ويكون ذلك بالبدء بإحصائية مدهشة للجمهور. على سبيل المثال، إذا كان الحديث عن التكلفة العالية للرعاية الصحية، فيمكن أن يبدأ المتحدث حديثه بمثل هذا السؤال: "هل تعرفون أن علاج آلام الظهر يتكلف ٢٠ مليار دولار سنويًا؟" ويجب أن يكون المتحدث حريصًا في استخدام مثل هذه الإحصائيات، لأن الناس عادةً لا تتذكر إلا واحدة أو اثنتين منهم.

■ **النوادر والفكاهات:** يشعر العديد من المتحدثين بضرورة بدء الحديث بفكاهة؛ لأنهم استمعوا إلى كثير من المتحدثين الذين يستخدمون هذا الأسلوب. ولكن كما ذكرت من قبل، يجب أن يكون المتحدث حريصًا في استخدامها حتى لا يتوقع الجمهور المزيد منها. ويُفضل استخدام الفكاهات إذا كانت تتناسب مع الموضوع ويستطيع المتحدث أن يلقيها ببراعة أو إذا كان الحديث مشتملاً على مجموعة منها موزعة بشكل جيد.

حتى مع وجود مخاطرة في استخدام الفكاهات، فإنها تعتبر طريقة جيدة لافتتاح الحديث. فلقد حضرت ذات مرة عرضًا تقديميًا عن خطر القصور في التفكير وكان من الممكن أن يكون الحديث مملاً، لكن المتحدثة بدأت حديثها بإلقاء فكاهة عن زوجين من النعام يجريان من زوجين آخرين ولكنهما لم يتمكنا من الجري بسرعة؛ لذا قررا الاختباء. وبعد ذلك، وجهّت حديثها للجمهور وقالت: "هل تعرفون كيف يختبئ النعام؟ وهل تعرفون الخطر الذي يواجهه في هذه الحالة؟" فضحك الجمهور. وبذلك، نجحت المتحدثة في توصيل فكرتها عن خطر القصور في التفكير بفعالية.

■ **وسائل الإيضاح المرئية:** يمكن أن تساعد هذه الوسائل في جذب انتباه الجمهور. ولقد شاهدت عرضًا تقديميًا عن خطر التلوث على البيئة؛ حيث كان المتحدث يحمل صورة للكرة الأرضية يتصاعد منها الدخان ويتساقط منها الماء على شكل دموع. وبهذا، نجح المتحدث في توضيح فكرته عن نتيجة التلوث وخطره على الكرة الأرضية. (وسيتعرض الفصل الرابع عشر لهذه النقطة بالتفصيل.)

■ **الخبرات الشخصية:** إن بدء الحديث بقصة عن إحدى الخبرات الشخصية للمتحدث يساعد على حدوث الألفة والترابط بين المتحدث والجمهور، كما يؤكد على جدارته ومهارته في التعامل مع الموضوع.

- **الإشارة إلى مناسبة معينة:** إذا كان المتحدث سيلقي حديثه في العيد المئوي لإحدى الجمعيات، فيجب عليه أن يستفيد من ذكر ذلك في الافتتاحية. وبهذا، سيبدو الحديث كما لو كان مُعداً لهذه المناسبة، وسيستشعر الجمهور ما سيأتي في باقي الحديث.
- **الإشارة إلى حدث معاصر:** هناك بعض الأحاديث التي تكون بلا مناسبة، فيجب على المتحدث أن يوجد علاقة بين موضوع الحديث والأحداث العالمية بشكل عام حتى يعطي للجمهور سياقًا أوسع ويساعده على تذكر الكلمات. ويجب على المتحدث ألا يزيد من الجدل؛ حيث إنه لا يعرف طريقة تفكير الجمهور واتجاهاتهم في هذا الوقت.
- **الاقتباس:** يشيع استخدام الأقوال المقتبسة، لأنها تمثل خلاصة حكمة الأجيال السابقة الموجزة في كلمات بسيطة لها معنى ويسهل تذكرها. كما أن هذه الأقوال تجذب انتباه الجمهور بطريقة أسرع من الأسلوب التقليدي. فإذا ما قال المتحدث إن جدته قالت: "إن الأقوال أكثر من الأفعال مع أن الأفعال أهم من الأقوال"، فقد يكون لذلك تأثير أقوى من أي قول مشهور طالما كان مرتبطًا بالموضوع. علاوة على ذلك، فإن استخدام هذا الأسلوب يساعد المتحدث على توصيل فكرته.
- **الاستشهاد:** يمكن للمتحدث جذب انتباه الجمهور إذا استشهد بمن هم أعلى منه مكانة، مثل عالِم حائز على جوائز أو حتى رئيس القسم الذي يعمل به المتحدث. على سبيل المثال، يمكن لرجل يعمل في مجال التعليم أن يستشهد بقول العالمة الفذة في مجال علم الإنسان "مارجريت ميد": "يجب تعليم الأطفال كيف يفكرون وليس فيما يفكرون."
- **تحدي الجمهور:** يجب ألا يخاف المتحدث من تحدي الجمهور؛ فالصراع الدرامي هو أساس كل مسرحية ناجحة. وينطبق هذا بالمثل على الحديث، حيث سيشترك الجمهور في الحديث حتى لو كان مختلفًا مع وجهة نظر المتحدث. ويجب أن يتأكد المتحدث من الارتباط بين هذا التحدي وموضوع الحديث، وإلا فإن هذا التحدي لن يكون مفيداً. ولقد اعتدت على أن أستخدم هذا الأسلوب في ندواتي التدريبية للمديرين لتطوير مهاراتهم في الاتصال؛ حيث كنت أقول: "أتحداكم بأن تفعلوا هذا الشيء".
- **القصص:** يمكن أن يجعل المتحدث افتتاحيته مؤثرة بأن تشتمل على قصة؛ فعادةً ما يتذكر الجمهور القصص بسهولة. على سبيل المثال، فقد حكى "جون كيندي" قصة عن سائق سيارة أجرة كان يركب معه قبل الانتخابات. وعندما نزل من السيارة، كان على

وشك أن يدفع للسائق ببذخ وأن يطلب منه أن يعطي صوته في الانتخابات للحزب الديمقراطي (الذي هو مرشحه). ولكنه تذكر نصيحة والده فخرج من السيارة ولم يدفع أكثر من الأجرة، وطلب من الرجل أن يعطي صوته في الانتخابات للحزب الجمهوري (الذي ينافسه).

- **المقارنات:** وتكون المقارنات حيوية إذا كانت متعلقة ببعض التفاصيل اليومية في حياة الجمهور. ولقد سمعت متحدثًا يذكر تكاليف المعيشة في منطقتين مختلفتين من الدولة ليوضح الاختلاف بين المنطقتين مما ساعد الناس على تخيُل الصورة. على سبيل المثال، كتبت إحدى الكاتبات مقالاً في إحدى الصحف عن وليد حيوان الباندا ذكرت فيه "أن حيوان الباندا حديث الولادة ما هو إلا "مخلوق نصف نام" يزن من ١٢٠ إلى ١٥٠ جرامًا وترعاه الباندا الأم التي تزن ٩٠ كيلو. وإذا لم تكن هذه الأم رقيقة، فمن الممكن أن تسحق هذا الحيوان الوليد. ولو كانت هذه النسبة في التفاوت في الوزن هي نفسها في البشر، فإن الأم التي تزن ٥٥ كيلو ستلد طفلاً يزن ٤٢٥٧ جرامًا. بطريقة أخرى، إذا كان الطفل الوليد يزن ٣ كيلو، فستزن أمه ٢٧٠٠ كيلو تقريبًا." فهذه المقارنات تجعل من السهل استيعاب الفروق الهائلة في الحجم بين الباندا الأم ووليدها.
- **استخدام تعريف غير شائع:** يمكن أن يجد الإنسان التعريفات في كل مكان، وأفضل التعريفات توجد في الموسوعات وكتب الأقوال المأثورة. على سبيل المثال، فإن تعريف مثل "الأبناء هم الدَيْن الذي لا يستطيع الإنسان استرداده أبدًا" يُعتبر من التعريفات غير الشائعة. وكلما كان التعريف غير شائع وحيويًا، تذكره الجمهور بصورة أفضل.

أساليب الافتتاح التي يجب تجنبها

كما أن هناك طرقًا لجذب انتباه الجمهور، فهناك العديد من الأخطاء التي يقع فيها حتى أكثر المتحدثين خبرة، وقد تؤثر بشكل سلبي على بنية الحديث وهي:

- **استخدام الافتتاحيات التي تُعيد صياغة عنوان الموضوع أو تُكرر المعلومة:** إن المتحدث يحتاج في كل دقيقة لصنع جو من الترقب والتشويق، فيجب عليه ألا يقوم بتكرار ما هو معروف؛ فلا يبدأ حديثه بأن يقول: "سأتحدث إليكم اليوم عن ... الأمان."

- **افتتاح الحديث بالاعتذار:** قد يعتقد المتحدث أن مثل هذا الأسلوب يجعله ودوداً مع الجمهور، ولكن الاعتذار يجعل الجمهور متوقعًا وجود نقاط ضعف عند المتحدث.
- **اختصاص بعض الأفراد "المهمين" من الجمهور بالتحية:** يجب على المتحدث ألا يقول: "شكرًا للسيد الرئيس أو سعادة نائب البرلمان"، والمرة الوحيدة التي يمكن استخدام مثل هذا الأسلوب فيها أن يكون المتحدث مرشحًا سياسيًا في الانتخابات ويكون ذلك أمام مجموعة من الشخصيات البارزة. وإذا أراد المتحدث لفت نظر الجمهور إلى بعض الشخصيات البارزة في الحضور، فيمكنه أن يذكر أسماءهم في سياق الحديث.
- **محاولة توضيح سبب وجود المتحدث لإلقاء الحديث:** يجب ألا يقدم المتحدث تفسيرًا لسبب استدعائه لإلقاء الحديث، وعليه أن يتذكر أنه موجود لهدف نبيل يعرفه هو والجمهور.
- **ذكر مدى الصعوبة التي واجهها المتحدث في اختيار الموضوع:** يهتم الجمهور بأن يكون الحديث فعالاً؛ فيجب ألا يشكك المتحدث في مدى أهمية الموضوع وأن يعمل على توصيل هذه الأهمية للجمهور.

خطوات عملية لبدء الحديث بسهولة وفاعلية

دائمًا ما تكون صياغة الافتتاحية عملية صعبة، ولكن يمكن تيسيرها بإتباع بعض الخطوات يتم ذكرها فيما يلي. وتشتمل هذه الخطوات على ست خطوات خاصة باللغة الإيجابية للجسد، وسبع خطوات خاصة بتكامل الافتتاحية.

اللغة الإيجابية للجسد

١- التنفس (تذكر أسلوب التنفس العميق الذي تم توضيحه في الفصل الثاني.)

٢- المشي إلى مكان إلقاء الحديث (ويكون ذلك بخطوات هادئة ومرنة، ويجب على المتحدث ألا يسرع ما لم يكن في عرض تقديمي يتطلب ذلك.)

٣- شكر المذيع المسئول عن التقديم (إذا وجد.)

٤- الاستعداد والتخلص من أي أشياء قد تشوش الانتباه أو أية وسائل إيضاح مرئية تم استخدامها (ويكون لذلك أهمية خاصة إذا كان المتحدث يتبع متحدثًا آخر.)

٥- إلقاء نظرة سريعة على الجمهور (مع إعطاء الجمهور الفرصة للنظر إلى المتحدث)

٦- التبسم في المواضع المناسبة مع ضرورة أن يبدو ذلك طبيعياً

الاستفادة من تكامل الافتتاحية

١- تحية الجمهور

٢- البدء بجذب انتباه الجمهور

٣- تقديم المتحدث لنفسه إذا لم يكن هناك من يقدمه

٤- توضيح الهدف من الحديث للجمهور

٥- إعطاء الجمهور خطة العرض التقديمي التي سيتبعها المتحدث مع عرض ملخص الحديث

٦- الظهور أمام الجمهور باتزان مع إعطاء الجمهور وإعلامه بكل ما يلزم من التوجيهات والنشرات المطبوعة والإجراءات

٧- الانتقال إلى المحتوى الرئيسي للحديث

يجب على المتحدث جذب انتباه الجمهور من البداية، وبهذا سينجح في اكتساب انتباههم إلى النهاية. فيجب على المتحدث أن يكون مثل الروائي الجيد الذي يعمل على تشويق القراء. كما يجب عليه أن يثير فضول الناس لكي يرغبوا في معرفة بقية الحديث.

نصائح مهمة : تنقيح الافتتاحية

١- هب أنك سوف تتحدث في موضوع "كيفية التغلب على التضخم الاقتصادي". استعن بثلاثة أساليب لجذب انتباه الجمهور وهي سؤال بلاغي وإحصائية مدهشة وقول مقتبس.

٢- سوف تتحدث في موضوع "حتمية التغيير". ابدأ حديثك بقصة شخصية عن التأثير الذي كان للتغيير عليك أو استخدم فكاهة مناسبة تنطبق على الموضوع.

الفصل الحادي عشر

الانتقال السلس بين نقاط الحديث

كلما كانت طريقة المتحدث في صياغة أفكاره والانتقال منها سهلة، زادت رغبة الجمهور في متابعته. إن الانتقال من فكرة إلى أخرى يجعل صياغة الحديث أسهل، لأن هذا الجانب يمثل أحد أهم جوانب التنظيم الثلاثة. الجانبان الآخران هما وضع مخطط للحديث وترتيب عرض المعلومات (أي تسلسل الأفكار). كما أن الانتقال من فكرة إلى أخرى أمر مهم لعدة أسباب؛ حيث يحدث الربط المنطقي بين الأفكار المتتابعة كما يتم الخروج بسلاسة من فكرة إلى التي تليها. كذلك، تعمل هذه الأساليب كعلامات إرشادية للجمهور للفكرة القادمة.

تشبه الأساليب الانتقالية الجسور التي تربط بين مجموعة من الجزر؛ حيث يفيد كل منها في الوصل بين أشياء منفصلة يجب أن ترتبط ببعضها البعض. والوسيلة الوحيدة للانتقال من فكرة إلى أخرى هي بناء الجسور اللغوية، وتُسمى هذه الجسور بالأساليب الانتقالية.

دائمًا ما يقول المتحدثون إن هذه الأساليب الانتقالية تعتبر من أكبر المشكلات التي يواجهونها عند إعداد العروض التقديمية. وذلك حيث يقوم الكثير من المتحدثين بتركيز كل جهودهم على الافتتاحية لاعتقادهم أنه إذا كانت المقدمة مؤثرة، فسيتتابع باقي الحديث بسهولة. لكن ذلك ليس بالأمر الصواب؛ لأنه إذا كان جذب انتباه الجمهور في بداية الحديث أمرًا صعبًا، فإن التحدي الأصعب الذي يواجه المتحدث يتمثل في المحافظة على انسيابية الأفكار وتسلسلها.

تخطيط الحديث باستخدام الأساليب الانتقالية

دائمًا ما يتم وضع الأساليب الانتقالية في الحديث كنقاط فرعية في مخطط الحديث، ولكن وضعها في الحسبان سيساعد على تنظيم الحديث قبل البدء فيه. فيجب على المتحدث أن يفترض أن عليه إعداد مخطط لحديث، وسيكون من أولى مهامه عمل قائمة بالأفكار التي يريد أن يشتمل الحديث عليها. وهذا مثال لإحدى القوائم:

برتقال

تفاح

سلطة فواكه

قص الشعر

كمثرى

إن موضوع هذا الحديث هو كيفية صنع سلطة فواكه. ولو نظرنا إلى البندين الأول والثاني في هذه القائمة – (البرتقال والتفاح)، فسنرى سهولة الانتقال من الفكرة الأولى إلى التالية، وسيكون من المنطقي الانتقال إلى الفكرة التالية – (سلطة فواكه). ولكن كيف يمكن الانتقال إلى الفكرة التي تليها – (قص الشعر)؟ هنا، يجب على المتحدث اتباع أساليب متعرجة للانتقال بالموضوع من سلطة الفواكه إلى هذه الفكرة. وإذا لم يستطع المتحدث الانتقال بسهولة من فكرة معينة إلى التي تليها، فهذا يعني أن هناك خطأً في التنظيم كأن لا يكون لهذه الفكرة أي ارتباط بالموضوع على الإطلاق.

فإذا ما تم التخلص من بند قص الشعر في هذه القائمة، فسيتبقى: برتقال – تفاح – سلطة فواكه – كمثرى. وعلى الرغم من ذلك، فإنه سيكون من الصعب نوعًا ما الانتقال من فكرة سلطة الفواكه إلى ذكر الكمثرى وحدها، ولكن سيكون من الأسهل الانتقال من التفاح إلى البرتقال إلى الكمثرى وفي النهاية إلى سلطة الفواكه. وإذا اهتم المتحدث بمدى سهولة أو صعوبة الانتقال بين الأفكار قبل البدء في صياغة الحديث، فسيوفر بذلك الكثير من الوقت الذي يمكن الاستفادة منه في التعديل وإعادة الصياغة.

وتعتبر سلطة الفواكه نموذجًا يوضح كيفية استخدام الأساليب الانتقالية لمساعدة المتحدث على تصميم عرض تقديمي واضح ومنطقي وسهل المتابعة.

العمل على ربط الأفكار

إن الأساليب الانتقالية هي التي تجعل الحديث يبدو منقحًا ومنسقًا. وعندما أخبر المشاركين في فصول فن التحدث مع الآخرين أن عدم الاهتمام بالأساليب الانتقالية من أكبر المشاكل التي يواجهها المتحدث، فإن الجميع يعترف بذلك حيث يتذكرون الأوقات التي كانوا يتوقفون فيها لأنهم لا يعرفون كيفية الانتقال من النقطة (أ) إلى النقطة (ب). وعادةً ما أطرح

عليهم هذا السؤال: "ما الفرق بين الحديث المتميز والحديث العادي؟" فبالإضافة إلى الوضوح والصياغة الجيدة، تكون هناك الأساليب الانتقالية.

يجب على المتحدث ألا يعرض أفكاره فقط، بل يجب عليه أيضًا أن يقوم بتوجيه الجمهور عن طريق استخدام الأساليب الانتقالية. وتُعتبر تلك الأساليب الانتقالية بمثابة العلامات التي يستخدمها المتحدث لتوجيه الجمهور، ويجب عليه أيضًا أن يقوم بتوضيح هذه الاتجاهات. وكلما كان المتحدث منظمًا في حديثه، كان من الأسهل عليه أن يستخدم هذه الأساليب الانتقالية بمرونة؛ حيث إنها توضح قدرة المتحدث على توجيه الجمهور بتوازن مما يضيف إلى فاعليته كمتحدث.

أهمية الأساليب الانتقالية

تعتبر الأساليب الانتقالية مهمة جدًا في أي نوع من أنواع التواصل، ولكنها أكثر أهمية في الحديث منها عن الكتابة. ففي الكتابة إذا كان هناك جزء غير مترابط أو غير مفهوم، يمكن الرجوع إليه وإعادة قراءته. على سبيل المثال، أحيانًا ما يكتشف المرء فجأة في أثناء القراءة أنه قد انتقل إلى نقطة جديدة دون أي تمهيد لذلك. عندئذٍ، يقلب الصفحة مرة أخرى ويحاول من خلال إعادة القراءة متابعة الكاتب من جديد. أما بالنسبة للحديث، فلن يستطيع الجمهور استرجاع الأفكار مرة أخرى في أثناء الحديث. ولذا، يجب على المتحدث أن يجعل حديثه سهل المتابعة بقدر الإمكان.

كما هو معلوم، يتكون الحديث من عدة أجزاء لا بد وأن تتناسب مع بعضها. وتُعتبر الأساليب الانتقالية هي المسئولة عن تناسب أجزاء الموضوع؛ فهي التي تنقل المتحدث من الافتتاحية إلى المحتوى الرئيسي للموضوع. كما أن هذه الأساليب الانتقالية تجعل عملية الانتقال بين الأفكار الرئيسية أمرًا سهلاً، بالإضافة إلى أنها تعمل كروابط بين الأفكار الفرعية. وعلى الرغم من أهمية الأساليب الانتقالية، فإنه يتم تجاهلها دائمًا؛ وإذا تلعثم المتحدث في إلقاء الحديث، فهذا يعني أنه تجاهل هذه الأساليب الانتقالية.

تجنب التلعثم

إن الجمهور في هذه الأيام يتسم بالدهاء؛ حيث يستطيع عد المرات التي يتلعثم فيها المتحدث أو يبدو مترددًا أو ينطق أيًا من الأصوات التي تدل على التردد أو عدم التأكد. فقد

أشار العالِم اللغوي "ويليام ليفلت" في إحدى الصحف إلى أن عملية التفكير في الحديث تأتي عبر طبقات عديدة في المخ. وإذا انقطع تتابع هذه العملية في أي من المستويات، فسيؤدي ذلك إلى العديد من الأخطاء، ويحدث ذلك بصفة خاصة عندما لا يكون هناك ترابط بين الأفكار. كما ذكر دكتور "ليفلت" أن أخطاء الحديث يمكن أن تحدث في أسلوب نقل الفكرة من مستوى ضبط القواعد النحوية إلى مستوى النطق؛ ولهذا السبب، فإننا نستخدم أصواتًا تدل على التلعثم مثل: "إم" مما يوضح صعوبة الاستمرار في إلقاء الحديث. وبكلمات أخرى، يمكن القول إنه عندما يكون هناك صعوبة في ربط الأفكار ببعضها، فإن المتحدث يتلعثم في الكلمات ويتردد مستخدمًا بعض الأصوات الغريبة أو بعض العبارات مثل: "دعنا نرى" أو "إن النقطة التالية التي سنتحدث عنها هي ...". إن أساليب الانتقال الفعالة تساعد المتحدث على تجنب هذا التلعثم والتردد. لذا، يجب على المتحدث أن يعيد النظر في مخطط حديثه لمعرفة عدد الموضوعات الرئيسية وعدد الموضوعات الفرعية التي سيناقشها الحديث؛ حيث إن كل موضوع يتطلب أسلوبًا انتقاليًا يساعد على جذب انتباه الجمهور.

علاوةً على ذلك، يجب أن يحرص المتحدث على ألا يبدأ حديثه بأصوات تدل على التردد؛ فهذا خطأ رئيسي يلاحظه الجمهور بسهولة. وإذا كان لدى المتحدث مثل هذه العادة، فيجب عليه التخلص منها لأنها تُعتبر من أهم الأخطاء في الحديث.

الأساليب الانتقالية الناجحة

من المستحسن أن يحفظ المتحدث أو يكتب الأساليب الانتقالية التي سيستخدمها في مجموعة من الأوراق الصغيرة التي ستكون معه في أثناء الحديث، ويجب عليه أن يكتب على هذه الأوراق (أساليب انتقالية) حتى يستطيع التعرف على الموضع المناسب لاستخدامها في أثناء الحديث.

تعمل الأساليب الانتقالية المتتالية على مساعدة المتحدث في متابعة الحديث بسلاسة، كما تساعده على جذب انتباه الجمهور بالمنطق القوي وتذكر كل أفكار الحديث، وبالتالي يستطيع المتحدث مواصلة الحديث. إن الاستخدام المتكرر لهذه الأساليب الانتقالية ينتج عنه إضفاء جو من الجذب والتشويق للحديث، وسوف يؤدي أفضل هذه الأساليب إلى توجيه الجمهور بطريقة واضحة وطبيعية. تجدر الإشارة إلى أنه يجب ألا يشعر الجمهور أن المتحدث يقوم بتوجيهه، بل يجب لفت انتباهه إلى الأفكار الجديدة التي ستتم مناقشتها.

لقد سمعت ذات مرة أحد المتحدثين يحاول إقناع الجمهور بممارسة التمارين الرياضية، وقام باستخدام هذه الجزئية الانتقالية في خاتمة الحديث "وبهذا سيداتي وسادتي، لماذا ممارسة التمارين الرياضية؟" ثم قام بسرد قائمة من النتائج المترتبة على الخمول وعدم النشاط. وبعد ذلك، قال بهدوء: "إن مقدار ما تبقى في حياتكم من عمر وشكل هذه الحياة يتوقف عليكم". وقد كان هذا الأسلوب مؤثرًا للغاية.

إن هناك شيئًا مهمًا يجب مراعاته وهو تحديد المواضع التي يحتاج المتحدث فيها إلى استخدام الأساليب الانتقالية. وهذه هي القاعدة التي يجب الالتزام بها عند صياغة الحديث: يجب على المتحدث أن يستخدم أسلوبًا انتقاليًا عند الانتهاء من فكرة والاستعداد للانتقال إلى فكرة أخرى. وتتطلب التحولات الرئيسية – أي المواضع التي يتم فيها تغيير الموضوع بالفعل أو تقديم فكرة جديدة – استخدام أساليب انتقال واضحة لا لبس فيها. على ذلك، يجب على المتحدث أن يقوم بصياغة جملة واحدة على الأقل توضح هذا التحول في الموضوع أو الأفكار وتلفت انتباه الجمهور إليه.

تخطي الحواجز بين الأفكار

عند التفكير في الأساليب الانتقالية، فإن ما يتبادر إلى الذهن عادةً أنها كلمة أو عبارة سوف تلفت انتباه الجمهور إلى التحول من فكرة إلى أخرى. في الواقع، يوجد ثلاثة أنواع مختلفة من الأساليب الانتقالية واستخدامها جميعًا يضيف إلى الحديث إثارة وحيوية وتشويقًا، وهذه الأنواع الثلاثة هي:

١- **الأسلوب اللفظي:** وهو عبارة عن الكلمات التي يستخدمها المتحدث، وهو أكثر أنواع الأساليب الانتقالية شيوعًا. وهذه هي بعض الكلمات والعبارات الانتقالية:

مع ذلك	لكن هناك طريقة أفضل	على سبيل المثال
ولكن	وهذا ما يتوافق مع	وهناك سبب آخر
بالإضافة إلى	من ناحية أخرى	علاوةً على
على الرغم من	وهناك القليل فقط من	وبنفس الطريقة
وكما ترون	ولكي أوضح ما أريده	تخيل ذلك
باختصار	كل ما تم التعرض له	إلى جانب ذلك
لهذا		وبإيجاز الموضوع في نقطة

٢- **الأسلوب الصوتي:** يمكن أن يكون صوت المتحدث في حد ذاته أسلوبًا انتقاليًا عن طريق تغيير حدة الصوت والإيقاع والنبرة؛ حيث سيكون من المؤثر أن يرفع المتحدث صوته فجأة عند الحديث عن فكرة لها تأثير على عواطف الجمهور. من ناحية أخرى، يمكن أن يكون الصوت مؤثرًا إذا كان منخفضًا ورقيقًا (لكن مع ضمان أن يكون صوت المتحدث مسموعًا من قبل الجمهور). على سبيل المثال، يمكن أن يتدرب المتحدث على ذلك من خلال إلقاء قصيدة شعرية تضم أكثر من فكرة. في هذه الحالة، ينبغي أن يستخدم صوته في الانتقال من فكرة إلى أخرى (يمكن الرجوع إلى الفصل الخامس للاستعانة بمحتوياته في القيام بمثل هذا التدريب).

من جهة أخرى، قد يكون أسلوب الانتقال الصوتي مؤثرًا بصفة خاصة عند تكرار بعض العبارات. وذلك كأن يتم، على سبيل المثال، قول العبارة بصوت عالٍ مرة ثم تكرارها بصوت منخفض مرة أخرى (أو العكس)؛ حيث يكون لذلك تأثير جيد فيما يتعلق بسلاسة الانتقال إلى فكرة أخرى. ويجب على المتحدث أن يستخدم صوته في جذب انتباه الجمهور مع معرفة أن السرعة الزائدة في الحديث أو عدم ضبط التنفس يقلل من مصداقية الحديث. بصفة عامة، ينبغي تحقيق الاستفادة من الصوت عند تناول النقاط والأفكار المهمة واستخدام الأساليب الانتقالية.

٣- **الأسلوب البصري:** وهذا من الأساليب الانتقالية الجسدية التي يمكن للجمهور رؤيتها. فيجب ألا يخاف المتحدث من استخدام بعض الحركات الجسدية التي تعمل على تقوية الأساليب الانتقالية؛ حيث يمكن له التحرك من ركن في الحجرة إلى ركن آخر (أو المشي خطوة أو خطوتين إلى الأمام أو الخلف)، أو الوقوف من وضع الجلوس (أو العكس)، أو أن يستخدم وسيلة إيضاح مرئية. على سبيل المثال، عندما وصل المتحدث الذي كان يتحدث عن أهمية ممارسة التمارين الرياضية إلى الأسلوب الانتقالي الختامي، تحرك من أحد أركان المسرح إلى الركن الآخر مما وضح أنه سينتقل إلى فكرة أخرى. ويمكن أن يزيد المتحدث من فاعلية هذا الأسلوب إذا توقف وقفة قصيرة. على سبيل المثال يمكن القول: "إن استخدام الأسئلة يساعد الإنسان على تغيير حياته. إنني أعرف ذلك؛ (ثم التوقف وبعد ذلك المشي خطوتين إلى الأمام) فالأسئلة قد قامت بتغيير حياتي".

وضوح الأساليب الانتقالية

في الكتابة، تكون الأساليب الانتقالية غير واضحة. وذلك لأنه ينبغي في الغالب ألا يكون الربط بين الشخصيات والأفكار والأحداث عند السرد واضحًا. أما عند صياغة الحديث، تكون الأساليب الانتقالية التي تعمل على ربط الأفكار ببعضها واضحة؛ لأنه يجب على المتحدث أن يكون متأكدًا من متابعة الجمهور لحديثه. وإذا لم يكن الأسلوب الانتقالي واضحًا، فسيفقد الجمهور ارتباطه بالحديث ولن يستطيع الانتقال بتفكيره من فكرة إلى الفكرة التي تليها. إن الأسلوب الانتقالي الفعال يجب أن يوضح للجمهور أن المتحدث ينتقل إلى فكرة أخرى، ويمكن أن تكون هذه العملية مباشرة أو مبتكرة وفقًا للأسلوب الذي يستخدمه المتحدث.

تحديد فكرة أساسية للحديث

من الطرق التي يمكن من خلال الاستعانة بها إحكام السيطرة وجذب انتباه الجمهور طوال العرض التقديمي تطوير فكرة أساسية تربط جميع الأفكار معًا. فالعديد من العروض التقديمية تبدأ بمستوى معقول من انتباه الجمهور ثم يتشتت هذا الانتباه مع استمرار العرض التقديمي. ويرجع السبب في ذلك إلى أن العروض التقديمية تكون مثل قراءة قائمة؛ "صباح الخير جميعًا، إنني هنا اليوم لأحدثكم عن أفضل ثلاث طرق للحصول على تأمين على السيارة. وهذا هو الاقتراح الأول. والآن هذا هو الاقتراح الثاني. والآن إلى الاقتراح الثالث." وبهذا، يعرف الجمهور من البداية أنه لن يكون هناك جديد في الحديث، بل مجرد قائمة مملة من الأفكار.

على سبيل المثال، من الممكن أن تكون الفكرة الأساسية للموضوع هي "السفر" ثم يكون هناك العديد من الإشارات إلى الحركة والقيادة والخرائط والعلامات والطرق والجسور. وكل مرة تستخدم فيها واحدة من هذه الإشارات، يكون ذلك من أجل الانتقال من فكرة إلى أخرى لمساعدة القارئ على المتابعة. ويمكن للمتحدث أيضًا أن يستفيد من هذا الأسلوب (الانتقال من الجزء الأيسر في المخ إلى الجزء الأيمن). وذلك حيث نجد أن الجزء الأيسر في المخ يتحكم في العمليات العقلية والمنطقية، أما الجزء الأيمن فهو أكثر ابتكارًا. لذا، فإن إعطاء الجمهور قائمة من الأدوية هو عملية من عمليات الجزء الأيسر. أما إذا قام المتحدث بإضافة بعض الصور التخيلية، فسيكون من الأيسر تذكرها؛ وبهذا يمكن للمتحدث استخدام مثل هذه الصور لمساعدة الجمهور على التركيز وتذكر النقاط المهمة.

تجدر الإشارة إلى أن الفكرة الأساسية لا يجب أن تكون معقدة. وإذا استطاع المتحدث ربطها ببعض اهتمامات الجمهور، فسيكون هذا أفضل. على سبيل المثال، أعمل مع الكثير من مندوبي شركات الأدوية الذين يتعين عليهم تقديم عروض تقديمية للأطباء الذين تمارس نسبة كبيرة منهم لعبة الجولف. لذا، من الممكن أن يبدءوا حديثهم معهم بهذا السؤال: "ما وجه الشبه بين وصف الدواء الصحيح للمريض واستخدام المضرب المناسب لوضع الكرة في حفرة الجولف من ضربة واحدة؟" ثم يقولون لهم: "إنكم لن تستخدموا مضرب مخصص لتحريك الكرة لمسافات قصيرة لوضع الكرة في الحفرة من ضربة واحدة. إن اختيار المضرب المناسب قد يوجد اختلافًا في نتيجة اللعب. ولهذا، فإننا نريد أن نساعدكم على اتخاذ القرار الصائب في وصف الدواء المناسب لمرضاكم." وبذلك يكون مندوب شركة الأدوية قد نجح في ربط حديثه بصور من لعبة الجولف مما سيجذب انتباه الطبيب. (ولكن يجب عدم الإفراط في استخدام هذا الأسلوب حتى لا يكون المتحدث مملاً.)

١٠ أساليب انتقالية لحديث تلقائي وممتع

يعمل المتحدثون البارعون على تنويع أساليبهم الانتقالية مع تجنب الأساليب المتوقعة، وهذه ١٠ أنواع من الأساليب الانتقالية التي يسهل على المتحدث استخدامها:

١- تعد كلمات الربط هي أبسط أساليب الانتقال؛ حيث تعمل على تنبيه الجمهور إلى أن المتحدث سيغير من اتجاهه أو أنه سينتقل إلى فكرة أخرى. ومن أمثلة هذه الكلمات "علاوةً على ذلك، في الوقت نفسه، أما عن، بالإضافة إلى، مع هذا، زيادةً على ذلك، لهذا، بالتالي، وفي النهاية".

٢- أسلوب الانتقال عن طريق إعادة الحديث ويعتمد على التكرار، وذلك باستخدام الكلمة نفسها مرتين للربط بين الموضوع الأول والثاني. وهذا المثال من أمثلة هذا الأسلوب "نأتي بذلك إلى نهاية تقييم المنتج أ. يمكننا عمل تقييم مماثل للمنتج ب."

٣- تعد الأسئلة من أساليب الانتقال الجيدة. وقد تكون هذه الأسئلة عامة أو محددة. ففي إحدى الندوات عن الإنتاجية استطعت جذب انتباه الجمهور بهذا القول: "والآن بعد أن عرفنا صفات الفريق الفعال، ما الذي يمكن أن نفعله لتكوين مثل هذه الفروق في المؤسسة؟" وكان هذا سؤالاً عامًا تشتمل إجابته على أجزاء متعددة يتم تناول كل جزء على حدة، مع استخدام أساليب انتقالية بسيطة للربط بين هذه الأجزاء.

٤- يمكن أن يكون أسلوب الرجوع إلى الماضي من الأساليب الانتقالية الفعالة؛ حيث يكون له تأثير على الحديث بالتحول المفاجئ من الحاضر إلى الماضي وسط توقعات الجمهور بما سيقوله المتحدث. ولا يشترط هذا الأسلوب أن يكون الرجوع في الماضي البعيد، بل يمكن استخدام مثل هذا الأسلوب "إنكم تتذكرون التغيرات الكبرى في قوة العمل التي ذكرتها منذ عدة دقائق، إليكم مثالاً آخر لبعض التغيرات الجذرية التي سنواجهها في هذا العام ... ولكنني لا أفضل استخدام هذا الأسلوب لأن معظم الجمهور لا يفضل أن يتذكر ما سبق قوله في الحديث. وعادةً ما يستخدم المتحدثون العبارة التالية: "كما ذكرت من قبل"، ولكني أرى أن هذه العبارة ليست مؤثرة؛ حيث يكون من الأفضل تكرار الجملة دون إخبار الجمهور بذلك قبلها. والطريقة الأكثر فعالية هي توجيه الجمهور إلى التفكير فيما مضى "تذكروا كل التغيرات التي واجهناها وكيف تعاملنا معها بشكل جيد. سوف تعدنا هذه التجربة للتغيرات الكبيرة التي سنواجهها العام القادم".

ويمكن استخدام الحقائق التي يتم استرجاعها من الماضي كملخص صغير في أثناء الحديث. كما أنها مفيدة بصفة خاصة كأساليب انتقالية؛ لأنها تساعد الجمهور على تذكر الأفكار وكيفية ربطها مع بعضها. كذلك، فإنها تساعد على تعزيز المعنى عن طريق تلخيص النقاط التي سبقت مناقشتها. إليك مثالاً بسيطًا على ذلك: "تحدثنا حتى الآن عن توظيف أفراد جدد وتدريب الموظفين الحاليين. هناك أيضًا إمكانية إعادة التنظيم والتي سوف ...".

٥- يمكن أن يكون أسلوب الانتقال من نقطة إلى أخرى مفيداً إذا لم يكن هناك أفكار عديدة. على سبيل المثال، يمكن القول: "هناك ثلاثة أسباب مهمة لتسويق هذا المنتج في منطقة الشرق الأوسط" ثم يبدأ المتحدث بعد ذلك في سردها. وهذه هي طريقة سريعة للانتقال من العام إلى الخاص، ويمكن أن يستخدم هذا الأسلوب كخاتمة قصيرة تعمل على تلخيص الجزء الذي سبقت مناقشته من الحديث.

يجب ألا يفرط المتحدث في استخدام هذا الأسلوب، لأنه من أقل الأساليب فعالية. وقد يؤدي استخدام هذا الأسلوب إلى شعور الجمهور بالملل ما لم يكن هناك العديد من الأمثلة الحية التي تعمل على تحريك عواطف الجمهور. ويمكن أن تساعد وسائل الإيضاح المرئية على أن يظهر الحديث الذي يعتمد على أسلوب الانتقال من فكرة إلى أخرى بصورة أكثر حيوية.

٦- تعتبر وسائل الإيضاح المرئية من الأساليب الانتقالية بطبيعتها؛ فالانتقال من الحديث الذي لا يستخدم فيه وسائل إيضاح إلى استخدامها يعتبر أسلوبًا انتقاليًا محكمًا. وفي هذا الأسلوب يقوم المتحدث بإطفاء الأضواء والبدء في استخدام وسائل الإيضاح التي اختارها. وعندما يستخدم المتحدث وسائل الإيضاح المرئية في توضيح النقاط الصعبة بصورة سريعة وحية (بدلاً من استخدام شرائح الصور فقط لإعادة ذكر ما سبقت مناقشته في الحديث)، فإنه يستخدمها كأسلوب انتقالي يتم من خلاله أيضًا توضيح بعض نقاط الحديث.

٧- يعتبر التوقف أسلوبًا انتقاليًا غير منطوق، وهو يساعد الجمهور على الانتقال مع المتحدث. كما أن الاستخدام الجيد لهذا الأسلوب يساعد الجمهور على التركيز فيما ستتم مناقشته بعد ذلك، ولكن يجب أن يكون المتحدث حذرًا؛ فالتوقف الكثير يؤدي إلى أن يكون أسلوب إلقاء الحديث بطيئًا ومتكلفًا.

٨- تعمل الحركة الجسدية مثل التحرك من ركن إلى آخر كأسلوب انتقالي بين أجزاء الحديث. وكما ذُكر من قبل، فإن الانتقال من وسيلة إيضاح مرئية إلى أخرى يعد أسلوبًا انتقاليًا؛ لأنه يعمل على إعادة تركيز الجمهور.

من أفضل الأساليب الانتقالية أن يقوم المتحدث بتغيير الوضع الذي اعتاد عليه الجمهور طوال مدة إلقاء الحديث. فإذا كان المتحدث يمشي ثم توقف أو إذا كان يقف ثم تحرك فجأة، فإنه يجذب انتباه الجمهور إلى ما سيأتي بعد ذلك؛ وهذا هو جوهر الأساليب الانتقالية الجيدة.

٩- يمكن أن تكون القصة أو الفكاهة أسلوبًا انتقاليًا شيقًا؛ فعند الحديث مع المديرين عن سبب وكيفية الاستماع إلى الآخرين بشكل جيد، فإنني أستخدم هذا القول: "للإنسان أذنان وفم واحد؛ ولهذا يجب أن يستمع ضِعف ما يتكلم" ثم أضيف "والآن بعد أن عرفنا أن الناس يتكلمون ضعف ما ينصتون، فيجب أن نقوم بتغيير هذه العملية وأن ننصت ضعف ما نتكلم". ولقد ساعدني هذا القول على توضيح فكرتي، بالإضافة إلى أنه كان يعتبر أسلوبًا انتقاليًا للفكرة القادمة.

١٠- تعد صيغة أو خطة النجاح والتي تتمثل في ذكر فكرة ثم مثال عليها أسلوبًا انتقاليًا ذا قيمة، لأنه يعمل على الربط بين جميع أجزاء الحديث.

تعتبر هذه الأساليب الانتقالية بمثابة الخيوط التي تربط بين أجزاء الحديث وتساعد المتحدث على توجيه الجمهور إلى الاتجاه الذي يريده، كما أنها تعمل على تدعيم الأفكار الرئيسية للحديث.

كما أن الأساليب الانتقالية تعمل على تحفيز وتنشيط الجمهور وجذب انتباهه. إن القدرة على التحكم في استخدام هذه الأساليب تعني أن يدرك المتحدث أن أفضلها هو الأسلوب الشائع والمتنوع والواضح والفعال. وتعتبر هذه الأساليب بمثابة العلامات الإرشادية التي يستخدمها المتحدث لإقناع الجمهور بإتباع أفكاره. كما أنها تعمل على تحويل مخطط الحديث، من خلال التحولات المفاجئة الناتجة عنها، إلى عرض تقديمي يتسم بالسلاسة ويسهل تذكره - وبهذا يصبح المتحدث مقنعًا ومؤثرًا.

نصائح مهمة: استخدام الأساليب الانتقالية

١- تخيل أنك ستقوم بإلقاء حديث بعنوان "تأتي النار من مستصغر الشرر". ويهدف هذا الحديث إلى إقناع الموظفين في القسم بالاقتصاد في الأشياء الصغيرة التي تزيد من المصروفات بصورة هائلة. يجب أن تكون افتتاحية الحديث مشتملة على شرح لهذا العنوان والهدف من الحديث. اكتب أسلوبًا انتقاليًا ينتقل بالحديث بسلاسة من الافتتاحية إلى المحتوى الرئيسي للموضوع.

٢- هب أنك ستتحدث عن المشاكل المتعلقة بأنظمة الكمبيوتر الجديدة، وأنك في الجزء الثاني من الحديث ستقوم بمناقشة حلول لهذه المشاكل. اكتب أسلوبًا انتقاليًا ينتقل بالحديث من عرض المشاكل إلى طريقة حلها. قم بتجربة طريقتين إحداهما جادة والأخرى مرحة.

٣- تخيل أنك تقوم بتقديم مديرك للموظفين الجدد في اجتماع للشركة وأن لديك نسخة من أوراق اعتماده وبياناته. والآن بعد أن قمت بتقديمه، ابتكر أسلوبًا انتقاليًا جذابًا وفريدًا للتحول من المقدمة التي ذكرتها إلى حديثه هو. تجنب استخدام الجملة الشائعة "من فضلكم، رحبوا معي بـ ...".

٤- عادةً ما يكتسب الناس عادات سيئة في الأساليب الانتقالية، ويكررون كلمات مثل: "ولهذا" و"بالإضافة إلى". لذا، استمع بتركيز إلى الأساليب الانتقالية التي تستخدمها، واعمل على إضافة المزيد من التنوع إلى أساليبك.

الفصل الثاني عشر

إنهاء الحديث - أهمية الخاتمة المؤثرة

بعد أن ينجح المتحدث في جذب انتباه الجمهور في الافتتاحية مع الاحتفاظ بهذا الانتباه على القدر نفسه في أثناء الانتقال من فكرة إلى أخرى، يجب عليه الآن أن يختتم حديثه بالقوة نفسها. ربما تبدو نهاية الحديث كما لو كانت الوقت الذي يتم فيه الاسترخاء أو ببساطة تجميع وإيجاز الأفكار ومن ثمّ الشعور بالراحة، وهذا ليس حقيقيًا. بغض النظر عن مدى كون الأفكار التي سبق عرضها مؤثرة، فإن الخاتمة أكثر أجزاء الحديث أهمية وتأثيرًا. ففيها يتضح ما يتم التركيز عليه في باقي أجزاء الحديث، ولهذا يجب على المتحدث ألا يهملها، بل يجب أن يهتم بأسلوب صياغتها وأن يتأكد من أنها قوية ومن السهل تذكرها.

إن الناس يتذكرون بشكل أفضل ما يسمعونه في آخر الحديث. ومع ذلك، فإن العديد من المتحدثين لا يهتمون بالتفكير في الخاتمة أو بإعدادها مما يؤدي إلى أن تكون نهايات أحاديثهم ضعيفة، وبهذا لا يصل الهدف من الحديث إلى الجمهور. ولكي يكون الحديث متميزًا، يجب أن ينتهي بالقوة نفسها التي بدأ بها.

لقد رأيت العديد من الناس الذين يتهربون من مسئولية إنهاء الحديث بأسلوب فعال حتى أنهم يبدءون في جمع أوراقهم قبل الانتهاء من الحديث. وهذا يخالف ما يجب أن يفعله المتحدث البارع؛ حيث يجب عليه أن يعمل على توفير الكثير من جهده واهتمامه بالجمهور حتى نهاية الحديث. ومن ناحية أخرى، يجب عليه أن يقوم بصياغة الخاتمة بأسلوب بارع لتظهر مثل الطعام الشهي الذي يظل مذاقه في الفم لفترة طويلة.

إعداد الخاتمة

إن أفضل وقت لإعداد الخاتمة هو وقت البدء في إعداد الحديث، ويجب على المتحدث أن يحفظها وأن يؤديها أكثر من مرة مثلما يفعل في الافتتاحية. كما يجب أن ترتبط الخاتمة بالافتتاحية وبالهدف الإجمالي للحديث؛ حيث إنها النهاية التي لا بد وأن ترتبط بالبداية. ولذا، يجب الاهتمام بتنظيم الخاتمة لأنها واجهة المتحدث، فهو يبدأ حديثه حسبما يريد الجمهور، ولكنه يُنهيه وفقًا لرغبته. إن المحتوى الرئيسي للحديث ما هو إلا جسر يربط بين مقدمة الحديث

وخاتمته، فيجب على المتحدث أن يكون مدركًا لما يوصل إليه هذا الجسر. ويجب أن يختم المتحدث الحديث باستخدام أفكاره الخاصة، خاصة في الأحاديث التي تعتمد على الأسئلة والأجوبة مع ضرورة تنبيه الجمهور إلى أن المتحدث سيقوم في الدقائق الأخيرة بالربط بين الأفكار.

استجابة الجمهور للحديث

إن البائع الماهر لا يطلب من الناس أن يقوموا بالشراء فقط، ولكنه يشرح لهم. فعند شراء سيارة، يقوم البائع بشرح خصائصها والنقاط التي تتميز فيها عن أية سيارة أخرى ثم يخبر العميل بالطريقة التي يمكن أن يدفع بها ثمن هذه السيارة.

إن المتحدث البارع يشبه البائع، والخاتمة هي الوقت الذي يطلب فيه المتحدث من الجمهور اتخاذ خطوات إيجابية تُظهر تجاوبه مع الحديث. وإذا لم يطلب المتحدث ذلك، فلن يتفاعل الجمهور مع الحديث. كما أن المتحدث البارع هو الذي يعرض أفكاره وينتهي بتوضيح ما يريده من الجمهور للعمل على تأييد فكرته. على سبيل المثال، إذا كان الحديث عن السلامة في أماكن العمل، فإنه يجب أن ينهي بخطاب عاطفي ومحدد يوضح أهمية السلامة للجمهور الحاضر أمامه وكيف يمكن للحاضرين ضمان الأمن في العمل من خلال تطبيق المعلومات التي قدمها لهم. أما إذا كان المتحدث يحاول إقناع الجمهور بالتبرع بالدم، فيجب عليه أن يوضح للحاضرين الأماكن التي يمكنهم التبرع فيها، وأن يجعل هذا الأمر يبدو سهلاً عليهم.

يُعد الحصول على إشارة واضحة بتأييد الجمهور للمتحدث أسلوبًا ختاميًا فعالاً. على سبيل المثال، إذا ذكر المتحدث ١٠ أسباب لضرورة استخدام السيارات بشكل معين من أجل سلامة صاحبها وسلامة الآخرين ثم اختتم حديثه بأن طلب من الجمهور الالتزام بذلك، يجب عليه أن يقول للجمهور إن من يتعهد بالالتزام بهذه الإجراءات الجديدة، يقوم برفع يديه تعبيراً عن اقتناعه. ويجب ألا يخجل المتحدث من أن يطلب من الجمهور التجاوب مع الحديث، بل يجب أن يكون متحمساً.

ليس من الضروري أن تكون الاستجابة بمستوى معين. فإذا ما كان المتحدث يريد من أفراد الجمهور أن يقوموا بالتفكير في معنى الحديث، يجب عليه أن يخبرهم بأن هذا ما يريده منهم. كذلك، ينبغي أن يقوم بتلخيص الأفكار المهمة بالترتيب؛ لأنه بذلك يسهل على الجمهور تذكر الأفكار واستيعاب الهدف من الحديث. وإذا لم يستطع المتحدث أن يطلب من الجمهور اتخاذ رد فعل معين، فإنه بهذا ربما يكون قد ألقى حديثًا رائعًا ولكن بلا هدف.

من ناحية أخرى، من الطرق التي يمكن من خلالها التركيز لإنهاء الحديث بشكل فعال أن يسأل المتحدث نفسه عما يريد أن يفكر فيه الجمهور بعد أن يقوم بإنهاء الحديث. ويجب أن يتذكر المتحدث أن الخاتمة ليست فرصة ثانية؛ فلو فشل المتحدث في جذب انتباه الجمهور في أثناء الجزء الرئيسي من الحديث، لن يمكنه ذلك في الخاتمة. فمن المفترض أنه قد قام بتوصيل المغزى من حديثه وحان وقت ترسيخ هذا المغزى في ذهن الجمهور.

العوامل الرئيسية لصياغة خاتمة مؤثرة

هناك أربعة عوامل رئيسية يمكن أن تساعد المتحدث في صياغة خاتمة مؤثرة وهي:

١- **عدم قول "وختامًا ..."**: حيث إنه ليس من الضروري إعلام الجمهور بنية المتحدث في إنهاء الحديث. فإذا ما علم الجمهور مقدمًا بذلك، فهذا معناه نهاية الحديث في ذهن الحاضرين وبدء تشتت انتباههم. كما يجب على المتحدث أن يكون أكثر براعة بحيث يتحول إلى الخاتمة من خلال استخدام أسلوب انتقالي مبتكر بدلاً من القول التقليدي "وفي الختام أريد أن أشير إلى ..." ويكون من الأفضل استخدام كلمة مثل "وإيجازًا ..." وبهذا سينتبه الجمهور ويستمع إلى ما سيقوله المتحدث.

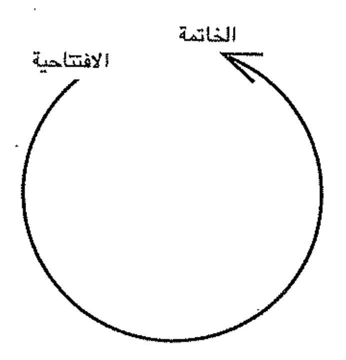
يُعتبر استخدام العبارة التالية (أو أية عبارة أخرى بمعناها) من أفضل الطرق لاستعادة انتباه الجمهور وإضفاء قدر أكبر من المصداقية على الحديث وهي "وأهم النقاط التي ستعود عليكم بالفائدة هي ..." وكلما كان الهدف من الحديث مهمًا للجمهور وذا مغزى بالنسبة له، زاد اهتمامه بالاستماع إلى الكلمات الأخيرة للمتحدث.

تتطلب الخاتمة الجيدة الكثير من الجهد، وقد تكون هذه الخاتمة عبارة عن جملة مدهشة أو فكاهة أو طلب التجاوب مع الحديث. وتحتاج بعض الأساليب الختامية إلى أن تكون أكثر تحفيزًا، ويكون ذلك بتوجيه تحدٍ مباشر للجمهور.

لقد استمعت ذات مرة إلى مدير تنفيذي يتحدث عن تحديد التغييرات التنظيمية الجديدة بعد تغيير الإدارة. وقد كان الحاضرون يشعرون بالعصبية حيث كانت تروج إشاعات عن تسريح بعض الموظفين. وقد عمد في حديثه إلى توضيح هذه التغييرات ثم أنهى حديثه قائلاً: "إنني أتحداكم أن تأتوا غدًا وأن تنحوا مخاوفكم وأفكاركم السلبية جانبًا وأن تعملوا بكل طاقتكم". وبهذا التحدي المباشر للتحفظات غير المعلنة للجمهور، فإنه استثار الحاضرين كما أنه أنهى حديثه بأسلوب قوي وإيجابي.

٢- **صياغة الحديث على شكل دائرة:** يتم ربط جميع أجزاء الحديث من خلال إشارة المتحدث إلى التعليقات الافتتاحية. حيث إن ذلك يجعل الجمهور ينظر إلى الحديث ككل متكامل، ولا ينظر إليه على أنه سلسلة من النقاط غير المترابطة.

الدائرة التي تربط بين الافتتاحية والخاتمة



لقد استمعت ذات مرة إلى مديرة تنفيذية تُنهي حديثها ببساطة - وفعالية شديدة - باستخدام كلماتها في الافتتاحية: "لقد حان الوقت لكي يقوم جميع الناس بمساعدة الشركات التي يعملون بها". وعادةً ما تشير الجمل الافتتاحية إلى الهدف من الحديث، ويجب أن تكون الجمل الختامية مؤكدة لهذا المعنى حتى يكون للحديث خاتمة مؤثرة. على سبيل المثال، إذا كان الحديث عن الخدمات التي يتم تقديمها للعملاء، فيجب أن يبدأ بنصيحة بمعاملة العملاء بالطريقة التي يريدونها وينتهي بسؤال الحاضرين بالتفكير في شعورهم إذا كانوا عملاء لإحدى الشركات وعُوملوا معاملة سيئة.

يقوم معظم المتحدثين في الأمور الفنية المتخصصة - الذين تعتمد عروضهم التقديمية على سلسلة من الشرائح المصورة - بإنهاء الحديث بطريقة سيئة. حيث إنهم يعرضون آخر معلومة لديهم على شريحة مصورة ولا يكون هناك خاتمة للحديث.

٣- **إعادة تنشيط المتحدث لنفسه وللجمهور باستخدام خاتمة مؤثرة يسهل تذكرها:** يجب على المتحدث ألا يتسرع في إنهاء الحديث؛ فلكي يكون للحديث تأثير، يجب أن تكون الخاتمة مؤثرة من حيث الصوت والألفاظ. كما ينبغي أن يتم استخدام لغة مقنعة وصور حية حتى تتشكل لدى الجمهور فكرة واضحة عن العرض التقديمي والهدف منه.

٤- **الاستعانة بخاتمتين لإنهاء الحديث:** من الأخطاء التي يقع فيها العديد من المتحدثين إنهاء العرض التقديمي بخاتمة مؤثرة قوية ثم البدء في الإجابة عن أسئلة الجمهور. وبعد آخر سؤال، قد يقول المتحدث: "هل توجد أسئلة أخرى؟ إذاً، السلام عليكم". في هذه الحالة، ماذا سيتذكر الجمهور؟ إنه سيتذكر آخر شيء استمع إليه؛ مما يعني أن الحاضرين سيتذكرون السؤال الأخير وإجابته فقط. ليس هذا بالأمر الجيد دائماً، خاصةً إذا لم يستطع المتحدث الإجابة عن هذا السؤال بشكل مناسب أو إذا كان قد أجابه أحد من الجمهور وليس المتحدث.

لهذا، إذا كان المتحدث سيتلقى الأسئلة في نهاية الحديث، فيجب عليه أن يقوم بصياغة خاتمة أخرى مؤثرة لكي يُنهي بها الحديث بعد الإجابة عن الأسئلة الأخيرة.

كيفية صياغة خاتمة يسهل تذكرها

يجب أن تكون الجملة الختامية موجزة ومؤثرة في الوقت نفسه. وفي هذا الصدد، هناك ستة أساليب رئيسية يمكن الاستعانة بها لإنهاء الحديث؛ يمكن استخدام كل منها على حدة أو الجمع بين أكثر من واحد. علاوةً على ذلك، فإن الأساليب الافتتاحية والانتقالية والختامية تتشابه مع بعضها، ويمكن استخدام الأسلوب في أكثر من موضع. وهذه الأساليب هي:

١- **تلخيص الأفكار الرئيسية:** يجب أن تشتمل الخاتمة على ملخص، ويجب ألا يكون ملخصاً مستفيضاً في شرح كل الأفكار الواردة في الحديث؛ بل يجب إضافة بعض الأفكار الجديدة أو العناصر مع جملة ختامية. ويكون هذا الأسلوب أكثر تأثيراً إذا كان الهدف الأساسي للحديث هو إعطاء المعلومات؛ حيث إن إعادة ذكر الأفكار التي يشتمل الحديث عليها قد تعمل على زيادة التوضيح للجمهور الذي لم يستطع الاستيعاب الكلي أو التجاوب مع العرض التقديمي.

٢- **إثارة حماس الجمهور:** بعد أن يكون المتحدث قد أخبر أفراد الجمهور بما يريده منهم وسبب الحديث وكيفية التجاوب معه، يجب عليه أن يحفز الحاضرين لكي يتجاوبوا معه. ويكون ذلك بأن تشتمل الخاتمة على تصريح تنبيهي أو تحدٍ مباشر. كما يمكن أن يكون ذلك بقول عبارة: "والآن هيا بنا ننتهي من هذا العمل" بصوت حماسي.

٣- **النظر إلى المستقبل بإيجابية:** قد يريد المتحدث أن يُنهي حديثه بتوقع العمل على بث الأمل في إمكانية تحسن الأمور؛ فيجب عليه أن يقوم بتوجيه تفكير الجمهور إلى المستقبل. وإذا كان الحديث عن كارثة ما حدثت، فيجب أن يكون هناك عدة أساليب بديلة لإنهاء الحديث. وإذا كان الحديث عن إعادة تشكيل أقسام التسويق، فيمكن أن ينتهي الحديث بهذه العبارة: "وبهذا الأسلوب الجديد في الإعلان، يمكن تجنب الخسائر التي تواجه صناعتنا. وبحلول العام القادم، سنتمكن من تحسين الإنتاج."

٤- **استخدام سؤال بلاغي:** إن هذا الأسلوب يجعل الناس يجيبون عليه بأنفسهم، ويمكن للمتحدث أن يعمل على الربط بين هذا السؤال والخاتمة بطرق مختلفة. على سبيل المثال، إذا كان الحديث عن السلامة على الطرق السريعة، يمكن أن يكون السؤال البلاغي: "هل تريدون تسجيل أسمائكم في الإحصائيات القادمة في هذا الشأن؟" إن هذا السؤال يحقق هدفين؛ فهو يعمل على دعوة الجمهور للمشاركة الذهنية، كما أنه يعطي للمتحدث الفرصة لكي يكتسب تأييد الجمهور له. وغالبًا، ما تكون إجابات معظم هذا النوع من الأسئلة واضحة، وهذا الوضوح يُضفي على الحديث فعالية وأهمية.

٥- **ختام الحديث بقول مقتبس:** يُعتبر استخدام قول مقتبس يتناسب مع الموضوع في ختام العديد من الأحاديث نهاية شيقة. كما أن ذلك يتيح للمتحدث الاستشهاد بمصدر أعلى في المستوى الفكري ويساعد على بلورة فكر الجمهور.

تعتبر المصادر التي تقوم بتجميع الأقوال المأثورة أفضل دليل للأقوال المقتبسة. ولقد كان "فولتير" بليغًا عندما قال: "ليس هناك مشكلة يمكن أن تصمد أمام التفكير المستمر". ويمكن ختام ندوة عن التوظيف بملاحظة جيدة من أقوال "راندز" وهي: "عندما يقوم الشخص بتوظيف من هم أكثر ذكاءً منه، فهو يُثبت أنه أكثر ذكاءً منهم" كما أن "جون تشارلز سالاك" قام بتعريف الفشل وبالذات في مجال العمل بأسلوبين. فقد أوضح أنه يوجد نوعان من الأفراد الفاشلين: من يفكر دائمًا ولا يعمل أبدًا، ومن يعمل دائمًا ولا يفكر أبدًا. إن موضوعات مثل الإصرار والحافز القوي

والكرم وكل فوائد العمل الجاد تعتبر موضوعات عالمية قام العديد من المتحدثين المشهورين بالحديث عنها. ويمكن أن يقوم المتحدث باقتباس بعض الكلمات من هذه الأحاديث مما يعطي لحديثه فعالية.

٦- **الخروج عن الأساليب النمطية:** يجب أن يختار المتحدث لختام حديثه أسلوبًا مبتكرًا وغير معتاد ويجذب انتباه الجمهور. من الأمثلة على ذلك أن يختم المتحدث حديثه بأبيات مشهورة من الشعر أو حكمة أو ما شابه. علاوةً على ذلك، يجب أن يكون هذا الأسلوب جذابًا ومشوقًا حتى يساعد الجمهور على أن يكون في حالة مزاجية مرتفعة.

استخدام أكثر من أسلوب ختامي

يمكن للمتحدث ختام حديثه عن طريق الربط بين أكثر من واحد من الأساليب الختامية التي سبق ذكرها. على سبيل المثال، لقد حضرت حديثًا عن زيادة الدعم المالي للمحتاجين، وكانت خاتمة الحديث تتكون من ثلاثة أجزاء. فبدأ المتحدث بملخص لأسباب أهمية القضية ثم استخدم قولاً مقتبسًا من أقوال "رالف والدو إيمرسون" وهو: "لا يستطيع إنسان أن يساعد الآخر ما لم يساعد نفسه". وبعد ذلك، استخدم المتحدث أسلوب تحفيز الجمهور فقال: "ولهذا، فإنني أرجو منكم أن تغوصوا في قلوبكم وأن تقرعوا المزيد من الكتب حتى يصبح الغد أفضل للمحتاجين."

من الجدير بالذكر أنه يمكن استخدام هذه الأساليب أيضًا في جميع التعاملات اليومية العامة. على سبيل المثال، قد يحتاج المتحدث بعد لقاء مع أحد العملاء أن يقوم بتلخيص ما طرح من أفكار أو بنصح العميل بالتعامل مع شركته. بصفة عامة، يجب عدم إنهاء أية محادثة أو مناقشة بشكل ضعيف دون إعداد خاتمة جيدة تحقق الهدف من الحديث.

مهما كان الأسلوب الذي يستخدمه المتحدث، يجب أن يكون ختام الحديث باستخدام أسلوب يجذب انتباه الجمهور ويظل عالقًا في الذاكرة لفترة بعد انتهاء الحديث والرجوع إلى الحياة اليومية.

نصائح مهمة: التركيز على الخاتمة

١- تخيل أنك قائد لمجموعة من أشبال الكشافة في رحلة سباحة تستغرق يومًا واحدًا. لقد تحدثت مع المجموعة عن أهمية "نظام الرفاق". قم بإنهاء الحديث بتلخيص للنقاط الرئيسية ودعوة قوية لهؤلاء الأشبال إلى الاستجابة والتطبيق.

٢- تخيل أنك شخص يقوم بجمع التبرعات لإحدى المؤسسات الخيرية، وأنك تتحدث إلى مجموعة من المستثمرين وأطلعتهم على عدة أسباب لاستحقاق هذه المؤسسة للدعم. تحول من الجزء الرئيسي من الحديث إلى الخاتمة مع توجيه طلب قوي ومباشر.

٣- هب أنك افتتحت حديثك بقول هذه الجملة: "يجب أن نتجاوز معدلات الإنتاج في العام الماضي!" كما اشتمل الحديث على قائمة بالأسباب التي تدفع إلى ذلك وكيفية حدوثه. قم الآن بكتابة خاتمة تحفيزية قوية يتم من خلالها الرجوع والإشارة إلى الجملة الافتتاحية.

الفصل الثالث عشر

كيفية التعامل مع أسئلة الجمهور والإجابة عنها

ذات مرة نصحني أستاذ بكلية المعلمين بجامعة "كولومبيا" بنصيحة طريفة لكنها فعالة فقال: "في كل فصل دراسي، سيكون لديك طالب واحد متحمس للمناقشة، وسيسأل الكثير من الأسئلة. في المرة الأولى، ستحاولين إسكات هذا الطالب، ولكني أنصحك بشدة أن تفكري بعناية قبل أن تفعلي ذلك – فربما يكون هذا هو الطالب الوحيد الذي يستمع بانتباه."

قد يقول بعض المتحدثين إن الفترة التي يتم فيها طرح الأسئلة والإجابة عنها هي الأفضل والأكثر إمتاعًا. على النقيض من ذلك، نجد أنه حتى بعض أكثر المتحدثين براعة يخافون عندما يأتي وقت أسئلة الجمهور؛ حيث يرى هؤلاء المتحدثون أن فترة الأسئلة والإجابات عائق يفصل بين الحديث نفسه وتصفيق الجمهور وإبداء تقبله له. في الواقع، تُعتبر فترة طرح الأسئلة والإجابة عنها الدليل على مدى انتباه الجمهور وتجاوبه مع المتحدث واهتمامه بالموضوع. على سبيل المثال، نجد أن "بيل لي" الرئيس السابق لإحدى الشركات الكبرى كان يقوم بإلقاء الأحاديث فقط بهدف الاشتراك في جلسة يتم فيها طرح الأسئلة والإجابة عنها؛ لأن هذا يساعده في تنشيط الجمهور.

إن هذه الدقائق القليلة في نهاية الحديث تجعل المتحدث قادرًا على ملء الفراغات والتأكيد على أفكار معينة وتوضيح أي سوء فهم. علاوةً على ذلك، ستكون التفاصيل التي سيعيد المتحدث مناقشتها وتوضيحها من اختيار الجمهور؛ فهذا الأسلوب يعتبر مشاركة وليس مواجهة. كما أن فترة الأسئلة والإجابات تساعد المتحدث على إخراج الجمهور من الحالة السلبية المتمثلة في الاستماع فقط. ويكون ذلك في صالح المتحدث إذا كان مستعدًا للإجابة عن هذه الأسئلة.

الأسئلة ومواجهة الجمهور

عندما يستمع الجمهور إلى أحد المتحدثين، فإنه يتوقع أمرين: الاستماع إلى الحديث وطرح الأسئلة الخاصة بموضوع الحديث. فقد يريد الحاضرون معرفة المزيد من المعلومات في الموضوع أو التحقق من بعض الأفكار. وعندما يسمح المتحدث بالأسئلة، فإنه يتعرض لخطر

عدم القدرة على السيطرة على الجمهور؛ لأن في هذه الحالة يكون السائل من يقود الحديث ويوجهه. لكن يجب أن يتذكر المتحدث دائمًا أنه في موضع القيادة والسيطرة، وهذا يعطيه ميزة. وإذا ما استطاع المتحدث إدارة الأسئلة والجمهور جيداً، فإن هذا سيزيد من فعالية الحديث. عندئذٍ، لن يكون المتحدث قد أضاف بعض المعلومات إلى الجمهور فحسب، بل سيكون أيضًا قد أثر عليه.

بصفة عامة، يكون هدف المتحدث في مثل هذا الموقف الاحتفاظ بأكبر قدر ممكن من التحكم والسيطرة على مجريات الحديث. من ثم، من الممكن أن يقول "سأجيب عن أي سؤال معقول له علاقة بالموضوع الذي أتحدث فيه." وبعد ذلك، إذا تلقى المتحدث أي سؤال صعب، يستطيع أن يضيف بأسلوب مرح قائلاً: "لقد قلت أي سؤال معقول!" ثم يستمر في الحديث. إن المشكلة الرئيسية التي تتعلق بفترة الأسئلة والإجابات تكمن في خطورة التعرض لأي سؤال لم يستعد له المتحدث أو طرحه فرد من الجمهور بأسلوب غير ودود أو حتى أسلوب عدائي. ولكن يمكن للمتحدث أن يتخلص من هذه الخطورة عن طريق الاستعداد الجيد.

الاستعداد للإجابة عن أسوأ الأسئلة

يجب أن يتدرب المتحدث على الجزئية التي يتم فيها طرح الأسئلة والإجابة عنها مثلما يفعل مع باقي أجزاء الحديث. على سبيل المثال، عندما يتدرب المتحدث بإلقاء حديثه أمام أصدقائه وعائلته، يجب أن يطلب منهم أن يطرحوا عليه بعض الأسئلة الصعبة مع ضرورة أن يقوم المتحدث نفسه بالتفكير في هذه الأسئلة. يجب على المتحدث كذلك أن يلم بالموضوع جيداً من جميع جوانبه حتى يكون قادراً على توقع الأسئلة المحتملة ويستعد للإجابة عنها. وقد يكون ذلك عن طريق الاستعانة بالزملاء والأصدقاء الأكثر جدالاً وطرحًا للأسئلة والتدريب معهم من خلال إجابة أسئلتهم. ذلك لأنه من المحتمل أن يكون ما يثيرونه من أسئلة أكثر تنوعًا وعمقًا من أسئلة الجمهور.

تجدر الإشارة إلى أن توقع الأسئلة مقدمًا يقلل من احتمالات ارتباك المتحدث نتيجة مفاجأته بسؤال من الجمهور. وبالطبع، لن يستطيع المتحدث توقع كل شيء والتحكم فيه، ولكن عندما يقوم بإدارة الحديث من موقع قوة واستعداد متكامل، فلن يكون هناك ضير في القول ببساطة "لا أعرف، ولكن من الممكن أن أبحث في هذا الأمر." ويجب أن يتذكر المتحدث أنه مسؤول عن الحديث والإجابة عن الأسئلة، وكما قال "كالفين كوليدج": "لم يضرني أبداً شيء لم أقله."

استمرار قيادة الحديث

تتركز مخاوف الناس من الأجزاء من الحديث التي يتم فيها طرح الأسئلة والإجابة عنها فيما يلي:

- فقدان التحكم والسيطرة على الحديث عند بدء طرح الأسئلة
- طرح سؤال لم يستعد له المتحدث
- اضطرار المتحدث للإجابة عن أي سؤال يتم طرحه مهما كان

تتبدد هذه المخاوف إذا فكر المتحدث في هذا الموقف على أنه شيء يمكن السيطرة عليه. وكلما كان الحديث شيقًا وبه العديد من التوجيهات للجمهور فيما يخص الأسئلة، كان المتحدث أكثر سيطرةً وتحكمًا. ويجب أن يبدأ المتحدث بتحديد نوع الأسئلة التي سيجيب عنها قائلاً: "سأجيب عن كل الأسئلة التي تتعلق بالموضوع الذي أتحدث فيه" ولا يُعتبر تحديد الأسئلة موقفًا دفاعيًا، ولكنه علامة على حسن التنظيم والسيطرة. فلا يزال المتحدث يسيطر على الجمهور ويرشده وينبغي أن يستمر المتحدث في توجيه الجمهور وقيادته عند طرح الأسئلة والإجابة عنها.

في ظل عصر المعلومات الذي نعيشه اليوم، من المستحيل أن يكون لدى المتحدث جميع المعلومات في موضوع ما خاصةً إذا كان الموضوع متسعًا. وكما ذكرت من قبل، لا يضير المرء الاعتراف بعدم معرفة شيء ما. وإذا قام المتحدث بتحديد نوع الأسئلة من بداية الحديث، فسوف يقلل ذلك من عدد الأسئلة التي ستكون خارج نطاق الحديث.

هل يتعين على المتحدث أن يجيب عن جميع الأسئلة؟ لا، فلو شعر المتحدث أن من الواجب عليه أن يجيب عن جميع الأسئلة مهما كانت غريبة أو غير ذات صلة بالموضوع، سيفقد المتحدث دوره القيادي. لذا، يجب على المتحدث أن يضع حدوداً، ولكن برفق. وليس من الخطأ أن يقول المتحدث لشخص إن السؤال لا علاقة له بالحديث، ولكن سيكون من دواعي سروره أن يقوم بتزويد هذا الشخص ببعض المعلومات فيما بعد؛ فهذا يساعد على احترام الجمهور للمتحدث.

يجب على المتحدث أن يتخلص من المفاهيم الخاطئة فيما يتعلق بطرح الأسئلة وسوف يساعده ذلك على الشعور بالاسترخاء. ولقد شاهدت العديد من التسجيلات لبعض المتحدثين يقومون بإلقاء أحاديثهم ثم يجيبون عن الأسئلة فيما بعد، وقد كانوا يشعرون بارتياح أكبر

خلال فترة الأسئلة والإجابات مقارنة بالأجزاء السابقة من الحديث. ليس من الصعب فهم ذلك، فالحوار يجذب الجمهور ويثير اهتمامهم بشكل لا يتوفر مع تحدث طرف واستماع الطرف الآخر. كما ينبغي أن يفكر المتحدث في أن الجمهور مهتم بما يقول ولا يناصبه العداء، وبهذا لن يقلق بشأن ما سيتضح فيما بعد أنها حوارات جيدة.

الوقت المناسب للأسئلة

يأتي الجزء الذي يتم فيه طرح الأسئلة في نهاية الحديث؛ ولهذا يكون من المهم أن يتقن المتحدث الأداء وأن يترك انطباعًا جيدًا لدى الجمهور. ولضمان حُسن التنظيم في هذه الفترة، يمكن اتباع التعليمات التالية:

- الإعلان في بداية الحديث وفي بداية جزء الأسئلة والإجابات بالتوقيت الذي سيسمح فيه للجمهور بطرح الأسئلة - ويمكن أيضًا إخبار الجمهور أنه ستتم الإجابة عن الأسئلة ذات الصلة بموضوع الحديث فقط.
- عدم تحديد زمن معين للأسئلة: وبهذا يكون المتحدث أكثر مرونة وإذا ما واجه أية مشكلة، يمكن أن يتخلص منها بأن يقول "أعتذر، لقد نفد وقت الأسئلة."

يجب أن يتذكر المتحدث أن يدخر الدقائق الأخيرة من الحديث ليتحدث فيها. فهذا الوقت أهم جزء بالنسبة للمتحدث، فلماذا يتركه يضيع في الأسئلة؟ وسواء أكان المتحدث سيختتم حديثه بتلخيص ما سبق أم بدعم الفكرة الأساسية أم بتحفيز الجمهور، يجب عليه أن يتجنب النهايات غير المنظمة وذلك عن طريق عرض خاتمة جيدة للحديث قبل وقت الأسئلة. ومن الممكن أن يستخدم المتحدث هذه العبارة لكي تساعده على المحافظة على النظام: "سأكون سعيدًا بالإجابة عن أسئلتكم، ولكني سأحتفظ ببعض الدقائق الأخيرة لعرض ملخص للحديث."

إن هذه الدقائق القليلة الإضافية في النهاية تعطي المتحدث فرصة للتخلص من أي أسئلة محرجة أو لا تتعلق بالموضوع، كما أنها تجعل الجمهور يتذكر الأفكار الرئيسية في الحديث لفترة طويلة.

- الاحتفاظ بالمرونة: إذا تلقى المتحدث سؤالاً مهمًا وثيق الصلة بموضوع الحديث، فيجب عليه أن يُجيد استخدامه بكل الطرق الممكنة.

الاستثناء من القاعدة

من الممكن أن تكون الأحاديث في مجال العمل والحلقات التدريبية أكثر تفاعلية من الأحاديث الأخرى؛ وعادةً لا يكون الحديث حلقة تقليدية تعتمد على الأسئلة والإجابات. ففي العديد من العروض التقديمية في مجال العمل (وخاصةً الأحاديث غير الرسمية في الاجتماعات)، قد يكون أنسب وقت لطرح الأسئلة في أثناء سير الحديث عندما تطرأ على الذهن. من الممكن أن يسبب ذلك بعض المتاعب للمتحدثين؛ إذ قد يفقدهم السيطرة على مجريات الحديث وتواصله. من ثم، يجب ألا يقوم أي متحدث بتجربة هذا الأسلوب إلا إذا كان متحدثًا بارعًا. ينبغي ألا يسمح المتحدث للجمهور بمقاطعته في أثناء الحديث إلا إذا كان الأمر ضروريًا. وإذا سأل الرئيس في العمل سؤالاً يتناسب مع سير الموضوع، فيجب على المتحدث الإجابة عنه. لكن كقاعدة عامة، يجب أن يذكر المتحدث للجمهور سبب تأخير الأسئلة حتى نهاية الحديث.

هناك أسلوبان لتلقي الأسئلة في الحلقات التدريبية: التوقف والإجابة عن الأسئلة أثناء الحديث أو تلقي الأسئلة بعد كل جزء من الحديث. وقد يجعل الأسلوب الأول المتحدث يتحول عن الموضوع الأساسي ما لم يسيطر عليه ويتحكم فيه بعناية. مع ذلك، فإن الأسلوب الثاني لا يعطي للجمهور الحرية في الأسئلة مثل الأسلوب الأول. ودائمًا ما تمثل كيفية تنظيم فترة تلقي الأسئلة والإجابات مشكلة للمتحدث. بصفة عامة، يجب أن يرتبط تحديد أسلوب تلقي الأسئلة بالهدف من الحديث وبمحتواه وعدد الجمهور والوقت المسموح به.

بصفة عامة، يكون لاجتماعات التدريب هدف ملموس وهو نقل مهارة أو أسلوب للجمهور. وإذا لم يُجب المتحدث عن الأسئلة في أثناء الحديث، فلن يستطيع الجمهور استيعاب وفهم الأفكار الجديدة في الحديث. وكقاعدة عامة، يجب على المتحدث أن يطلب من الجمهور كتابة الأسئلة في أثناء الحديث والتوقف كل ٢٠ دقيقة للإجابة عنها. وإذا كان أحد الأفراد من الجمهور لا يستطيع متابعة الحديث، فيجب ألا يسمح المتحدث له بأن يقوم بطرح الأسئلة طوال الحديث؛ فهذا يشتت انتباه باقي الجمهور. يمكن للمتحدث أن يقول لهذا الشخص إنه يدرك أن هذه الفكرة صعبة وقد تطلبت منه وقتًا طويلاً حتى يتقن فهمها. بعد ذلك يمكن للمتحدث أن يطلب من هذا الشخص الانتظار لمناقشته وتوضيح هذه النقطة في جلسة الاستراحة التالية.

كيفية التصرف في حالة عدم وجود أسئلة من الجمهور

ماذا إذا طلب المتحدث من الجمهور أن يقوم بطرح الأسئلة ولم يتجاوب معه أحد؟ إن هذا الأمر غير معتاد ما لم يكن الحديث في أحد الموضوعات التي لا يتفاعل معها الجمهور وجدانيًا. ولكن إذا حدث ذلك، فعادةً ما يكون لسببين: أن يكون المتحدث قد أجاب عن كل الأسئلة المتوقعة في حديثه (وعادةً ما لا يحدث هذا) أو أن الجمهور يشعر بعدم الارتياح حيال طرح الأسئلة. يجب على المتحدث أن يجعل الجمهور يشعر بالارتياح. حتى إذا كانت فترة الصمت في البداية تعني ببساطة أنه ليس هناك من يريد أن يكون أول من يسأل، فإن ذلك قد يسبب الحرج للمتحدث. تجدر الإشارة إلى أن هناك الكثير من الطرق الجيدة للخروج من هذا المأزق ومنها ما يلي:

- **تسليم الجمهور في بداية الحديث أوراق حتى يتمكن الحاضرون من كتابة الأسئلة كلما تبادرت إلى أذهانهم:** وإذا كان المتحدث سيقرأ هذه الأوراق، فيجب عليه أن يطلب منهم أن تكون الأسئلة قصيرة ومكتوبة بخط واضح. علاوةً على ذلك، فإن هذه الأوراق تجعل الجمهور يعرف أن المتحدث يريد الإجابة عن الأسئلة فعلاً. وعادةً، ما يُحبَذ استخدام هذا الأسلوب لتشجيع المشاركة في الأحاديث الطويلة والرسمية.
- **جمع المعلومات من خلال استطلاع الآراء:** (بشرط استعداد المتحدث السابق لهذا الأمر)، وذلك بأن يقول المتحدث: "هيا نرى كيف ستكون إجاباتكم عن الأسئلة التالية من خلال رفع اليد؟" هكذا، يمكن أن تعطي نتيجة الإجابة عن سؤال مثل "من منكم يشعر أنه يجب على الشركات الكبرى الاهتمام بأسلوب الرعاية اليومية؟" للمتحدث معلومات جديدة حتى يناقشها ويجعل الجمهور يشترك في الحديث. وتعمل هذه الاستطلاعات الارتجالية على كسر حاجز الصمت وتشجيع الجمهور على المشاركة والتفاعل مع الحديث.
- **طرح سؤال خاص بالمتحدث:** وذلك بأن يقول "عادةً، ما أسأل هذا السؤال الذي قد يهمكم وهو ... إن هذا الأسلوب يعطي للمتحدث المزيد من النقاط لمناقشتها ويعطي الفرصة للمستمعين للتفكير في أسئلتهم الخاصة. إذا ما استعان المتحدث بهذا الأسلوب، يجب أن ينطوي السؤال على قدر من التشويق ويكون محل اهتمام الكثيرين مثل "كيف يمكن التعامل مع رفض العملاء للمنتجات؟"

- **بدء الأسئلة بسؤال قد سمعه المتحدث من أحد أفراد الجمهور:** كأن يقول: "بينما أنا في طريقي إلى هنا، سألني مديركم سؤالاً قد يهم كل فرد" أو أن يقول: "في أثناء إعدادي لهذا الحديث، قابلت بعض الزملاء، وهذه هي بعض الأسئلة التي قاموا بطرحها."
- **ترك جزء واضح من الحديث عن عمد:** وهذا الحذف يعمل على تحفيز الجمهور. فإذا ما تطرق المتحدث إلى جميع جوانب الموضوع ما عدا جانبًا واحدًا فقط، فسيثيره بالتأكيد أحد الحاضرين. باستخدام هذا الأسلوب، يستطيع المتحدث اكتشاف من يستمع إليه. ويجب أن يستخدم المتحدث هذا الأسلوب بعناية وأن يتأكد من فاعليته وأنه يتناسب مع الحديث؛ حيث إنه إذا لم يتطرق المتحدث سريعًا للجزء المحذوف، فسيعتقد الجمهور أن المتحدث غير منظم.
- **الترتيب مع رئيس البرنامج لاختيار أحد أفراد الجمهور مقدمًا ليسأل السؤال الأول:** وهكذا، إذا ما طلب المتحدث من الجمهور طرح الأسئلة ولم يستجب أحد، فإن الشخص المتفق عليه من قبل سوف يحل هذه المشكلة بطرح السؤال الأول. تجدر الإشارة إلى أنه لا يتعين على المتحدث تحديد السؤال؛ ذلك لأنه في حاجة فقط إلى شخص من الجمهور لديه الاستعداد لمساعدته. لكن يجب الحرص عند استخدام هذا الأسلوب؛ فإذا ما كان السؤال حياديًا بدرجة كبيرة أو بدا أن المتحدث يتلو سؤالاً حفظه من قبل، فسيفقد ذلك المتحدث مصداقيته. بشكل عام، من الأفضل اختيار أحد الأساليب الأخرى وإيثار التلقائية.
- **ذكر المتحدث لخاتمة الحديث إذا كان لم يلقها بعد:** يمكن للمتحدث القيام بذلك ببساطة بأن يقول "إذا لم تكن هناك أية أسئلة، فلأشارككم في مناقشة هذه الفكرة المهمة."

الاهتمام بأسلوب الإجابة

إن الأسلوب الذي يجيب به المتحدث عن الأسئلة أكثر أهمية من الإجابة نفسها. جدير بالذكر أن لهجة المتحدث وأسلوبه يتحددان من إجابته الأولى، وأفضل طريقة لترك الانطباع المناسب أن يكون رد فعل المتحدث إيجابيًا تجاه جميع الأسئلة. فإذا سأل أحد الحاضرين سؤالاً، من الممكن أن يكون هذا السؤال في ذهن الجمهور. لهذا، فإن المتحدث لا يجيب على شخص واحد، بل يجيب على الجمهور كله.

لأن من الراجح ألا يتمكن المتحدث من تحديد الدافع وراء كل سؤال، فإنه لا يمكنه أخذ أي سؤال بالمعنى الظاهري. فليست كل الأسئلة صادرة من شخص مخلص بهدف الحصول على معلومات. غالبًا ما يريد الناس التعبير عن آرائهم لكشف قدرات المتحدث المتواضعة وتوضيح مدى حكمتهم وفرط ذكائهم. بصفة عامة، يجب أن يركز تحليل المتحدث لأي من الأسئلة على ثلاثة أشياء وهي:

١- محتوى السؤال

٢- الغرض من السؤال

٣- الشخص الذي يقوم بتوجيه السؤال

يجب على المتحدث ألا يبدأ بأية حال من الأحوال في التفسير والإجابة قبل توضيح السؤال والتأكد من استيعابه تمامًا. وذلك حيث إنه من السهل أن يعتقد المتحدث أنه استوعب ما يفكر فيه الشخص الذي يطرح السؤال. على سبيل المثال، إذا سأل شخص "كم من الوقت يجب على الموظف أن يقضي في تطوير أدائه المهني؟"، فإن المتحدث الماهر يجب أن يستوضح أولاً قائلاً: "هل تقصد في أثناء ساعات العمل المنتظمة؟"

تمثل الأسئلة الغامضة فخًا لكل من المتحدث والجمهور. وفي أغلب الأحيان، يعتاد المتحدثون المتمرسون على هذه الأسئلة ويجيبون عنها سريعًا. ومن الأمثلة الشائعة لهذا النوع من الأسئلة السؤال التقليدي في أية مقابلة شخصية لشغل إحدى الوظائف "تحدث عن نفسك". فكيف يمكن أن نعرف ما الذي يريده السائل؟ مع هذا، نجد أن معظم الناس يتسرعون في الإجابة مما يوقعهم في العديد من المشاكل. وكما يقوم الناس بالعد حتى رقم ١٠ قبل رد الفعل حتى لا يتهوروا ويفقدوا أعصابهم، يجب على المتحدث البارع أن يعد حتى رقم ٣ وهو يسأل نفسه عما إذا كان السؤال يحتاج إلى توضيح.

عندما يقوم المتحدث بتحليل الغرض من السؤال وشخصية السائل، يجب عليه أن يتذكر أن الناس الذين يحبون الجدال قد يفعلون ذلك بهدف الظهور. لذا، يكون على المتحدث تحقيق هدفهم مع ضرورة عدم التمادي معهم. وقد يؤدي هذا الأمر إلى أن يفقد المتحدث بعض الوقت، ولكن يمكن أن يخبر مثل هذا الشخص أن الإجابة عن سؤاله تتطلب المزيد من الوقت وأن يسأله: "هل أستطيع التحدث معك بعد انتهاء الحديث؟" فهذه أفضل طريقة للتعامل مع هذا النمط من الناس. كما يجب على المتحدث مقاطعة من يحبون الإسهاب في الحديث، ولكن

على أن يفعل ذلك بأدب ولباقة. وإذا كان هناك فرد مزعج في الجمهور يثير المتاعب، فإن من المحتمل أن يعبر الجمهور عن رفضه لذلك السلوك وأن يطلب من هذا الشخص الجلوس.

يجب على المتحدث أن يجيب عن كل سؤال بجدية وكياسة؛ فبغض النظر عن القلة السيئة يكون معظم الناس جادين في السؤال رغبةً في المعرفة. وبعد أن يستمع الجمهور إلى الحديث، يجب على المتحدث التأكد من تجاوب الجمهور مع أفكاره وبالذات إذا كانت هذه الأفكار جديدة وصعبة أو محل جدال. ويجب أن يتذكر المتحدث دائمًا أن الأسئلة تعني أن الجمهور متفاعل مع الحديث. حتى لو كان السؤال يبدو سلبيًا؛ فإن السائل قد يكون يعبر فقط عن بعض القلق أو الشك. كذلك، ربما يكون من العادة عند بعض الناس أن يسألوا للاطمئنان من استيعابهم للحديث. هكذا، يجب أن تكون الإجابة بأسلوب مهذب وسوف يؤدي ذلك إلى طمأنة كل الجمهور أيضًا.

كيفية التحكم في سير الحديث عند طرح الأسئلة

من المهم أن يوضح المتحدث أفكاره في أثناء فترة طرح الأسئلة والإجابة عنها مثلما يفعل ذلك في أثناء الحديث. وإذا لم يفعل المتحدث ذلك، فسيفقد فرصة حيوية لإقناع الجمهور والسيطرة عليه. ويجب على المتحدث أن يضع في ذهنه ثلاثة أهداف مترابطة في أي وقت يتلقى فيه الأسئلة. جدير بالذكر أنه من الصعب الفصل بين هذه الأهداف الثلاثة وبوضعها جميعًا نصب عينيه، يستطيع المتحدث الحفاظ على سيطرته على فترة الأسئلة والإجابات. وهذه الأهداف هي:

١- **الحفاظ على مصداقية المتحدث وتحكمه في الموقف مهما حدث:** ذلك لأنه في أية مرة لا يكون المتحدث قادرًا على إقناع الجمهور بصدقه، فإنه يلقي بذلك بذور شك الجمهور في مصداقية باقي الحديث. كذلك، إذا ما غضب المتحدث أو وقف موقفًا دفاعيًا، فإنه يفقد تحكمه في الحديث وسيطرته عليه. لذا، يجب على المتحدث أن يكرر السؤال حتى يستطيع الجمهور سماعه بوضوح، كما أن هذا الأسلوب يساعد المتحدث على الشعور بالاسترخاء.

إن تعريفي للجزم هو معرفة المتحدث لما يريده والحصول عليه بطريقة فعالة مع وضع حقوق الآخرين في الاعتبار. ويمكن تحقيق النجاح في هذا الشأن عن طريق

الحفاظ على الهدوء وعدم الوقوف موقف دفاعي علاوة على التحلي بالكياسة. فالمتحدث البارع هو من يحافظ على تحكمه في الموقف وسيطرته عليه. وإذا ما فقد المتحدث السيطرة بفقد أعصابه، فلن يكون قادراً على استعادة ثقة الجمهور.

٢- **إرضاء السائل:** يجب أن يتذكر المتحدث أنه ليس مضطراً للإجابة عن السؤال بصورة وافية. لذا، يجب ألا يقضي المتحدث كثيراً من الوقت مع شخص واحد. مع الأسف، تجد أن معظم المتحدثين يريدون أن يروا الرضا والقبول في عين السائل. لكن إذا قضى المتحدث الوقت الكافي للوصول لهذه النتيجة، فسيفقد باقي الجمهور. لذا، يجب على المتحدث أن يجيب بطريقة توضح هذه النقطة وعلاقتها بمغزى الحديث ثم ينصرف بعينه عن السائل ويستمر في حديثه. على سبيل المثال، فإن قول "جينيفر، إن سؤالك متميز ومركب بعض الشيء؛ وحيث إنه يوجد العديد من الأسئلة الأخرى التي يجب الإجابة عنها، فسأجيب عنه بسرعة لضيق الوقت" يمثل إجابة مهذبة وصادقة تمكن المتحدث من الإبقاء على تحكمه في سير الحديث.

٣- **الحصول على تأييد باقي الجمهور بشتى الطرق:** يجب على المتحدث الاهتمام بالجمهور، حيث يجب أن يعرف الناس أن المتحدث يهتم بوقتهم. ولو تعرض المتحدث لسؤال متعدد الإجابات مثل "كيف يمكن التغلب على عدم كفاية الأجهزة وعدم وجود المكان الكافي ورئيس لا يعطيني أية سلطات؟"، فيمكن أن يجيب المتحدث قائلاً: "لقد سألت ثلاثة أسئلة جيدة، وسأجيب عن أحدها أولاً ثم أجيب عن الباقي إذا كان هناك وقت". بهذه الطريقة، فإن المتحدث يجيب عن جزء فقط مع احتفاظه بتأييد الجمهور له؛ حيث سيحترم الجمهور أن المتحدث لم يترك شخصاً واحداً يحتكر كل الوقت المخصص للأسئلة.

علاوة على ذلك، إذا ما تلقى المتحدث سؤالاً متعلق بجزئية لم يتم التعرض لها، فيمكن أن يتوقف ويسأل: "هل هناك شخص آخر يهتم بهذه الجزئية؟" إذا لم يكن هناك من يهتم، فيجب على المتحدث الإجابة باختصار والقول للسائل إنه سيكون سعيداً إذا ما بقي وتحدث معه بعد العرض التقديمي. كما ينجح هذا الأسلوب أيضاً مع السائل العدواني.

نقطة مهمة أخرى

بالإضافة إلى ضرورة تجنب المتحدث لأن يكون مملاً في حديثه وتجنب قول عبارة "وفي الختام"، يجب على المتحدث أن يتجنب أيضًا أن يسأل هذا السؤال "هل هذا يجيب عن سؤالك؟". وذلك حيث إن هذا السؤال يضع المتحدث في مأزق يصعب التخلص منه. فأغلب الظن أن من يحب الجدال لن يقول نعم، بل سيحاول أن يظل محتفظًا بالضوء مركزًا عليه، بل وسيطلب المزيد من الإيضاح. لذا، يجب على المتحدث أن يتذكر أنه لا يوجد قانون يجبر المتحدث على الإجابة عن كل سؤال بصورة وافية. وفي الجلسات التدريبية، من الممكن أن يقوم المتحدث بتجربة مثل هذا السؤال، ولكن هناك مرات لا يكون فيها ذلك ممكنًا. إن أهم الأهداف الثلاثة السابقة أن يحتفظ المتحدث بتأييد الجمهور له، حيث إن الاستمرار في الإجابة على شخص واحد، يقلل من مصداقية وفعالية المتحدث عند باقي الجمهور.

يجب على المتحدث أن يضع هذه الأهداف في ذهنه، وبهذا ينجح حديثه. فعندما يهتم المتحدث بجميع الحاضرين، سيكتسب تأييدهم له.

التغلب على الأسئلة التي تثير المشاكل

في بعض الحالات، قد يواجه المتحدث سؤالاً يضعه في موقف صعب. وفيما يلي أنواع الأسئلة وطرق الإجابة عنها بسرعة ومهارة:

سؤال مراوغ

س: ما حجم الخسائر التي سببها هذا الادعاء لشركتك؟

ج: مع احترامي، لا أتفق مع هذا الافتراض. ففي الواقع ...

يجب ألا يقبل المتحدث الافتراض عن طريق محاولة تجاهله. بدلاً من ذلك، ينبغي أن يرفض الافتراض في البداية بأدب، ولكن بحزم ووضوح.

وبعد ذلك، يستمر المتحدث في محاولة توصيل رسالته.

سؤال شخصي

س: ما رأيك الشخصي؟

ج: أنا لا أظن أن القضية تتعلق برأيي الشخصي. فالقضية هي ...

يجب على المتحدث أن يبقي رأيه الشخصي بعيداً عن الموضوع.

سؤال لا يعرف المتحدث إجابته

س: كم كان حجم الاستثمار؟

ج: لا أريد أن أعطيك معلومات مرتجلة. سأحصل على المعلومات الصحيحة من أجلك.

في مثل هذه الحالة، يجب على المتحدث أن يقول إنه لا يعرف الإجابة ويعرض الحصول عليها لاحقًا. يجب ألا يكذب مطلقًا وألا يخمن.

سؤال غير مسموح بالإجابة عنه

س: كم كان قدر العرض المقدم؟

ج: لست في موقع يسمح لي بالإجابة عن هذا السؤال لأن (هذه المعلومات سرية أو القضية لا تزال أمام المحاكم أو القضية حساسة أو لا تزال هذه القضية مطروحة للنقاش أو للمراجعة أو للتفاوض).

يجب على المتحدث أن يعطي سبب عدم قدرته على الإجابة عن هذا السؤال.

سؤال اختياري

س: هل ستقوم بزيادة التمويل أم سيبقى الحال كما هو عليه؟

ج: إن هدفنا هو توفير خدمة جيدة.

يجب على المتحدث تجاهل كلا الاختيارين. كما يجب البدء بجملة أو فكرة مباشرة.

سؤال يلح السائل في طلب إجابته

س: ... إذن لماذا لن تكشف عن خطة العمل؟

ج: كما ذكرت من قبل، إن الخطة معدة وسنعلن عنها في الوقت المناسب. لهذا، مع بالغ احترامي، إنه من غير المجدي الاستمرار في مناقشة هذه النقطة.

يجب على المتحدث أن يوضح للسائل أنه لن يتراجع عن موقفه وذلك بأسلوب مؤدب، لكن حازم. كما يجب على المتحدث أن يكرر الرسالة التي يريد توصيلها.

سؤال غامض

س: هلا حدثتنا عن شركتك؟

ج: ما الجانب الذي تهتم به بالتحديد؟

يجب على المتحدث أن يطلب مزيداً من الإيضاح أو التحديد في السؤال.

سؤال عن إحدى الشائعات

س: هناك شائعة تقول إن شركات أخرى قد تهتم بتطوير منتج مماثل ...

ج: من غير اللائق التصرف بناءً على الشائعات؛ سوف يتعين علينا أن نتعامل مع هذه القضية فقط عندما تكون موجودة فعلاً.

أو لم أرَ دليلاً يؤيد هذه الإشاعة.

السؤال متعدد الأجزاء

س: ما تأثير هذه التغيرات على ... وهل ستكون لديك القدرة على الاستمرار في ... في الوقت نفسه أو أنك ستضطر إلى ...؟

ج: دعني أبدأ بالإجابة عن السؤال الأول. سوف تجعل هذه التغيرات الأداء أكثر كفاءة وتزيد من تجاوبنا مع الجمهور. وبالنسبة للسؤال الذي يخص ...

يجب على المتحدث أن يختار السؤال الأسهل والذي يساعده في توضيح فكرته. ولا يجب عليه الإجابة عن الأسئلة كلها دفعة واحدة.

أهمية إيجاد جو من الدفء مع الجمهور

يستخدم بعض المتحدثين أسلوباً إيجابياً من خلال مجاملة السائل قائلين "هذا سؤال ينم عن فهم" أو "هذا السؤال يصيب كبد الحقيقة"، مما يوجد جواً من الدفء والمودة مع الجمهور. حتى إذا ما بدا السؤال عدائياً، فيمكن مجاملة السائل بأن يقول المتحدث "يمكن دائماً اللجوء إلى جاك للتعرف على النقاط الجوهرية." في الوقت نفسه، يجب عدم التركيز على استخدام هذا الأسلوب باستمرار؛ فإذا بدأ المتحدث الإجابة عن كل سؤال بمجاملة، سيبدو غير صادق أمام الجمهور. كذلك، يجب أن يحاول المتحدث التنويع في الصفات والعبارات مثل "هذا سؤال مهم" أو "هذا سؤال مناسب فعلاً" أو "كنت آمل أن يطرح أحد هذا السؤال." جدير بالذكر أنه يجب أن يضع المتحدث في اعتباره أنه لا يوجد قانون يجبر المتحدث على تصدير إجابته

بمجاملة السائل – من الممكن أن يجيب عن السؤال فقط. وإذا ما استطاع المتحدث الإجابة بمهارة، فهذا يكفي لإقناع السائل.

أسلوب استخدام الفكاهات

يجب على المتحدث ألا يحاول أن يكون ظريفًا أو متحذلقًا في الإجابة عن الأسئلة حتى لا يعتقد الجمهور أن المتحدث يستخف به. في هذه الحالة، لن يتعاطف الجمهور مع المتحدث أو يؤيده، بل سيُبدي تعاطفه مع الشخص الشجاع الذي قام بطرح السؤال الذي يبدو أن المتحدث يراه ساذجًا.

كيفية التعامل مع السائل العدائي

بشكل عام، يجب ألا يعتقد المتحدث أن كل شخص يسأل يريد النيل منه؛ فهذا إفراط غير مبرر في الخوف. ولكن يجب أن يعرف المتحدث أنه قد يواجه في بعض الأحيان مثل هذه الأسئلة العدائية. هناك أسلوب واحد للتعامل مع هذه الحالة حال حدوثها وهو الإجابة بلطف وكياسة. كما يجب على المتحدث ألا يجيب – بأي حال من الأحوال – بطريقة عصبية أو دفاعية أو غير صحيحة. فإذا حاول أحد أفراد الجمهور متعمدًا إحراج المتحدث وأجاب المتحدث عليه بأدب وتهذيب، سيكون هذا أكثر فعالية حيث يشيد الجمهور بالأخلاق الحميدة والأسلوب الجيد للمتحدث. وبالتالي، سيعترض الجمهور على من يثير المشاكل ويؤيد المتحدث – وذلك إذا استمر في الإجابة بأسلوب مهذب ورزين.

إذا كان الحديث في موضوع شائك ويتوقع المتحدث أن يكون الجمهور عدائيًا، فيجب عليه أن يسأل من يطرح الأسئلة عن اسمه والشركة التي يعمل بها. إن استخدام هذا الأسلوب سيقلل من الأسئلة، لأن كثيرًا من الناس لا يفضلون أن يعرف الآخرون هذه المعلومات الشخصية عنهم. جدير بالذكر أنه يمكن أن يجدي هذا الأسلوب في المؤتمرات أو بين مجموعات من الناس لا يعرف بعضهم بعضًا.

من ناحية أخرى، فإن إجابة المتحدث بأسلوب مهذب لا تعني أن يكون ضعيفًا. فإذا كان السائل يريد الاستفزاز، يمكن للمتحدث أن يقطع الطريق عليه، وأن يجيب بمثل ما كان جنرال "هوج جونسون" يجيب به أحيانًا: "سأجيب عن أي سؤال مقبول، ولكنني لن أجيب عن مثل هذا السؤال المراوغ."

الاستعانة بخبراء في الإجابة عن الأسئلة

أخبرني العديد من عملائي أن هذا الأمر مفيد للغاية؛ لأن هذا يخفف من الضغط الواقع على المتحدث ويضفي على فترة الأسئلة والإجابات مزيداً من المتعة والتشويق للجمهور. ولتطبيق هذا الأسلوب، يجب على المتحدث قبل البدء في الحديث أن يطلب من بعض المتخصصين مساعدته في الإجابة عن أسئلة الجمهور. وقبل بدء الأسئلة، يجب عليه أن يخبر الجمهور أن هناك بعض المتخصصين الذين سيجيبون عن أسئلتهم لأن هذا سيكون أكثر إفادة. بعد ذلك، يجب على المتحدث أن يدعو هؤلاء الخبراء المتخصصين للدخول والإجابة عن الأسئلة.

النقاط الحاسمة للتعامل مع الأسئلة

إن المتحدثين الذين يستطيعون التعامل مع الحلقات التي تعتمد على طرح الأسئلة والإجابات يجب عليهم أن ينتبهوا إلى هذه النقاط التالية:

- **توجيه الجمهور بوضوح في بداية فترة الأسئلة والإجابات:** إذا لم يحدد المتحدث للجمهور قواعد ثابتة، فلن يمكنه اللجوء إلى مثل هذه القواعد دون أن يبدو أنه يتهرب من السؤال.
- **حسن الإنصات:** إن هذا الأمر من المهارات الضرورية للمتحدث البارع.
- **عدم السماح لأي شخص بسؤال ثان قبل إجابة كل من لديه سؤال أول:** إذا أراد شخص أن يحتكر جميع الوقت المخصص للأسئلة، فيجب على المتحدث أن يقول إنه سيعود للإجابة عليه بعد الاستماع إلى أسئلة الآخرين. كما يجب أن يعمل المتحدث على توضيح هذا من البداية. ويستطيع المتحدث إسكات من يريد الهجوم بأن يقول: "هل يمكن الانتظار دقيقة من فضلك؟ أعتقد أن هذا الشخص في أقصى اليسار هو التالي."
- **تنظيم الأسئلة بترتيب معين:** عندما يرفع اثنان من الحاضرين يديهما في الوقت نفسه، يجب على المتحدث أن يجيب على من شاهده أولاً ثم يحدد في ذهنه ترتيب إجابة الآخرين بنظام.

- **عدم إغفال أي مكان عند البحث عن سؤال:** يجب على المتحدث أن يتجول بعينيه في جميع أركان الحجرة بما في ذلك المنضدة الرئيسية أو المنصة.
- **تكرار السؤال قبل الإجابة عنه:** قد يكون هناك أحد من الحاضرين لم يسمع السؤال، ولهذا؛ فإنني أنصح المتحدثين بصياغة السؤال بكلمات أخرى ولكن مع المحافظة على المعنى؛ فهذا يؤكد على الاستيعاب الكامل لمعنى السؤال. وإذا تطلب السؤال توضيحًا، فيجب أن يطلب المتحدث التوضيح. ويعتبر تكرار السؤال أو إعادته وسيلة من وسائل التوضيح؛ حيث يمكن أن يقول المتحدث "حسب ما فهمت فأنت تسأل عن... ويجب على المتحدث ألا يكرر السؤال حرفيًا فيمكن إعادة صياغته بطريقة توحي بأن المتحدث مستعد للإجابة وينبغي أن ينهي الإجابة بشكر السائل.
- **النظر مباشرةً في عين السائل ثم الإجابة عن السؤال باختصار ودقة:** يجب على المتحدث أيضًا ألا يتهرب من السؤال، وإذا كانت الإجابة عن السؤال تعمل على تشجيع المتحدث على الإسهاب في الحديث، يجب عليه ألا يفعل ذلك لأن الحديث قد انتهى بالفعل.
- **عدم مخادعة الجمهور:** إذا كان المتحدث لا يعرف الإجابة، فيجب عليه الاعتراف بذلك؛ حيث إن الجمهور يحترم المتحدث إذا كان صريحًا وقال إنه لا يعرف. ويمكن أن يبحث المتحدث عن الإجابة ثم يرد على السائل.
- **طلب المتحدث من شخص آخر في الجمهور الإجابة عن السؤال:** قد يكون ذلك في صالح المتحدث. على سبيل المثال، إذا كان السؤال متخصصًا ويعلم المتحدث أن هناك من الجمهور من هو خبير في هذا المجال، فيمكن له أن يحيل السؤال إلى هذا الشخص بأن يقول المتحدث: "هذا سؤال جيد، ولكنه خارج نطاق تخصصي، ولكن من الممكن أن يجيب عليه ...". وبهذا، فإن المتحدث يعمل على إرضاء السائل ويكتسب تأييد هذا الشخص في الوقت نفسه.
- **احتفاظ المتحدث بالخاتمة الثانية إلى ما بعد نهاية فترة الأسئلة والإجابات:** في حالة ما إذا كان هناك سؤال ما يؤيد الحديث بأسلوب مميز، فيمكن للمتحدث إنهاء الحديث بهذا السؤال. وحتى في هذه الحالة، فإنني أفضل أن يقوم المتحدث بإنهاء الحديث بنفسه؛ حيث إن المتحدث قد بذل الكثير من الوقت والجهد في إعداد الحديث، فلم ينهيه بسؤال شخص آخر؟

شروط واجب توفرها في الإجابات

هناك ثلاثة شروط يجب على المتحدث أن يحرص على توفرها في الإجابة عن كل سؤال وهي: (١) الإفادة، (٢) الإقناع، (٣) الارتباط بالموضوع الرئيسي للحديث والهدف منه. إن الجمهور يريد الاستفادة والاقتناع، وهذا سبب حضوره لسماع الحديث في المقام الأول. وتعتبر فترة الأسئلة والإجابات امتداداً وتوضيحاً للغرض الأساسي من الحديث. لذا، يجب أن يستغلها المتحدث لصالحه. ومهما كان شكل استقبال الجمهور للمتحدث (سواء أكان حاراً أم فاتراً)، فيجب عليه أن يشكرهم بحرارة للمجهود والوقت والأفكار التي أسهموا بها في فترة الأسئلة والإجابات.

إنهاء الحديث بأسلوب مقنع

إذا كان المتحدث سينهي حديثه بجزئية الأسئلة والإجابات، فيجب عليه أن يفعل ذلك قبل نفاد جميع الأسئلة. كما يجب أن يحاول أن ينهي حديثه بسؤال من الجمهور يؤيد حديثه مع ضرورة عدم الاستمرار في الحديث حتى يبدأ الجمهور في ارتداء المعاطف والاستعداد للخروج بينما يجيب هو عن سؤال أو اثنين. كذا، يجب على المتحدث أن يحتفظ بتحكمه في الموقف وأن ينهي الحديث بنفسه قائلاً: "هذا هو كل ما يتسع له وقتنا اليوم، وأود أن أشكركم على كل إسهاماتكم." وبعد ذلك، يقوم بإلقاء الخاتمة بدفء وحرارة، بالإضافة إلى ضرورة اندماج المتحدث مع الجمهور بعد انتهاء الحديث خاصةً إذا كان يقف وراء منصة.

إذا كان المتحدث مستعداً للإجابة عن الأسئلة، فيجب عليه أن يجيب عنها بهدوء وأن يعامل جمهوره بمودة مع المحافظة على تحكمه في الموقف. وبهذا، ستتحول هذه الفترة من وقت مخيف إلى وقت ممتع يستطيع المتحدث أن يستخدمها لصالحه. إن هذه الفترة تضيف إلى مصداقية المتحدث لأنه لا يتحدث مع الناس، بل يتشارك معهم، وبهذا سيشعر المتحدث بالمتعة وسيتذكر الجمهور هذا الحديث لمدة طويلة.

نصائح مهمة: الاستعداد مقدمًا

١- تخيل أنه طلب منك أن تقوم بإلقاء حديث في موضوع محل جدل وخلاف وهو "كيفية وقف استخدام المنشطات في المجال الرياضي". اكتب اثنين من الأسئلة الصعبة التي تتوقع أن يسألها الجمهور وإجابتيك عنهما.

٢- لاحظ المتحدثين الذين يتعاملون مع الأسئلة في الأحاديث المختلفة والاجتماعات التي تحضرها. حاول أن تتعرف على الأقل على ثلاثة أساليب يمكنك استخدامها في الإجابة وخمسة - على الأقل - لم تكن فعالة.

الفصل الرابع عشر
وسائل الإيضاح المرئية

إذا أراد المتحدث أن يتذكر الناس حديثه، فيجب عليه أن يعرض للجمهور أفكاره ونقاطه من خلال بعض وسائل الإيضاح المرئية. فإذا ما كانت هناك فكرة معقدة يريد توصيلها للجمهور، يجب أن يسأل المتحدث نفسه عما إذا كانت هناك طريقة لعرضها بشكل مرئي أم لا. بصفة عامة، تزداد نسبة تذكر الناس لما يشاهدونه ويسمعونه بحوالي ٥٠ في المائة مقارنة بتذكرهم لما يسمعونه فقط. لهذا، لا عجب في أن وسائل الإيضاح المرئية تعتبر جزءاً لا يتجزأ من معظم الأحاديث والعروض التقديمية. وتتوفر جميع وسائل الإيضاح في كل مكان في عصرنا الحالي، وسيرد في هذا الفصل الكثير من الأفكار عن كيفية استخدامها – أو كيفية الاستغناء عنها.

تتمثل وسيلة الإيضاح المرئية في أية أداة يستعان بها في تدعيم الحديث. وتشتمل هذه الوسائل على الرسوم التخطيطية والجداول البيانية والصور الفوتوغرافية والنشرات المطبوعة والنماذج الإيضاحية. لكن يجب أن يتذكر المتحدث أنه هو أفضل وسيلة إيضاح؛ فطريقة المشي والنظر إلى الجمهور وتحريك الذراعين وإظهار تعبيرات الوجه (بكلمات أخرى: لغة الجسد) كل ذلك يلعب دوراً حيوياً في أي حديث.

إن وسائل الإيضاح المرئية تكون ذات فائدة خاصة للمتحدثين الجدد والعصبيين الذين قد لا تكون لديهم الثقة في أن حركاتهم وتفاعلاتهم مع الجمهور تكفي لتحقيق أهدافهم من الحديث. كما أن وسائل الإيضاح المرئية تعمل على تشتيت الطاقة العصبية للمتحدث؛ حيث يتركز اهتمامه على عرض وسيلة الإيضاح وشرحها. لكن كما هو الحال مع أي جانب من جوانب الحديث، يكون التدريب أمراً حيوياً وضرورياً. وذلك لأن وسائل الإيضاح التي لا يتم التدريب عليها جيداً سوف تظهر نقص الإعداد وتوضح قلة خبرة المتحدث. أما إذا تم التدريب عليها جيداً، فسوف تعزز وسائل الإيضاح المرئية مهارة المتحدث بشدة. في الواقع، إنني أنصح عملائي وطلابي باستخدام وسائل الإيضاح المرئية في جميع عروضهم التقديمية.

مع ذلك، فإن لوسائل الإيضاح المرئية عيوبًا؛ حيث إنها تتطلب الكثير من الوقت والتفكير كما أنها قد تأخذ انتباه الجمهور بعيدًا عما يقوله المتحدث بالإضافة إلى أنها مكلفة. كذلك، إذا ما وقع خطأ عند استخدامها، فقد يؤدي ذلك إلى نتائج كارثية.

إذن، لماذا نستخدم وسائل الإيضاح المرئية؟ إننا نستخدمها لأن الصورة تعادل ألف كلمة؛ حيث إنها تعمل على تجسيد الأشياء بحيوية وسرعة، وهذا قد يستغرق وقتًا طويلاً لتوضيحه بالكلمات. إن وسائل الإيضاح المرئية توفر الوقت وتضيف التنوع والتشويق، كما أنها تساعد الجمهور على تذكر الأفكار الرئيسية.

نتائج بحثية

على مدى السنوات التي عقدت فيها ورش عمل لتناول موضوع "فن التحدث مع الآخرين بلباقة"، تغيرت وسائل الإيضاح المرئية. فقد زاد استخدام التكنولوجيا في هذه الأيام، إلا إنه لا زالت هناك بعض الأشياء التي لم تتغير. ولقد قضيت وقتًا طويلاً في البحث في مجال فن وعلم استخدام وسائل الإيضاح المرئية، إليك بعض النتائج والاكتشافات التي توصلت إليها:

- ضرورة التنويع في استخدام وسائل الإيضاح المرئية: من المشكلات الخاصة باستخدام الشرائح المصممة باستخدام برنامج Microsoft PowerPoint (الذي سنناقشه فيما بعد) – وبصفة خاصة مع المستخدمين المبتدئين – أن الشرائح تبدو جميعًا متشابهة. فكون المتحدث خبيرًا في مادته أو مجاله لا يعني أنه خبير في إنشاء شرائح العرض. على سبيل المثال، إذا قام المتحدث بعرض سلسلة من القوائم، فسوف يفقد انتباه الجمهور بعد الشريحة الثانية أو الثالثة.
- ضرورة التحدث عن المعلومات التي سيتم عرضها قبل البدء في عرضها: ذلك لأن المتحدث يفقد ٩٠ في المائة من انتباه الجمهور إذا قام بعرض وسيلة الإيضاح أولاً ثم بدأ في الحديث عما توضحه. لذا، يجب على المتحدث أن يقوم بتوجيه الجمهور أولاً حتى يعطي الفرصة للحاضرين للتحول من تشغيل وظائف الجزء الأيسر من المخ (متابعة الحديث بترتيب منطقي) إلى تفعيل وظائف الجزء الأيمن (فهم الصورة أو الرسم – حتى الجزء المصور من النص يعد وسيلة إيضاح مرئية). جدير بالذكر أنه كلما كان المتحدث قادرًا على توجيه الجمهور بطريقة مباشرة، تحسنت فرصته في التحكم والسيطرة على الموقف.

- ضرورة عدم قراءة المتحدث لما على الشريحة بعد عرضها لأن هذا مضيعة للوقت ويبدو تفضلاً. فيمكن للحاضرين أن يقرءوا ذلك بأنفسهم كما أن معظم الجمهور يستطيع القراءة خمس مرات أسرع مما يستطيع المتحدث أن يتكلم. ويعني ذلك أن الجمهور سيسبق المتحدث وستكون قراءته مجرد تشويش لهم. وفي حالة ما إذا كان هناك الكثير من المعلومات مبينة على الشريحة، فإنه يجب على المتحدث أن يختصر بعض الأفكار الموضحة عليها بدلاً من قراءتها.
- كلما قلت المعلومات الموضحة على الشريحة ، زادت فرصة المتحدث لذكر ما لديه واحتمالات تصديق الجمهور له.

يجب أن يتذكر المتحدث أن وسائل الإيضاح المرئية ما هي إلا وسائل مساعدة للعرض التقديمي، لكنها ليست العرض التقديمي كله. فالعرض التقديمي الجيد الذي يستخدم فيه المتحدث وسائل إيضاح مرئية يكون أكثر فعالية من العرض التقديمي الجيد الذي لا يستخدم فيه المتحدث أيًا منها. لكن يجب أن يتذكر المتحدث أن وسيلة الإيضاح ليست بديلاً عن جزء من الحديث. فإذا استخدم المتحدث وسائل الإيضاح المرئية بشكل سليم ومناسب، فإنها تساعده على توضيح رسالته. أما إذا استخدمها بشكل ضعيف يعوزه الإتقان، فمن الممكن أن تغطي على الرسالة المراد توضيحها وتضعف من مصداقيته.

اختيار وسائل الإيضاح المرئية

للتأكد من أن كل وسيلة إيضاح مرئية يستخدمها المتحدث تضيف إلى حديثه، يجب عليه أن يسأل نفسه هذين السؤالين:

- هل يمكن أن يكون الحديث بالدرجة نفسها من الكفاءة لو لم أستخدم وسيلة الإيضاح؟ فوسيلة الإيضاح التي لا يحتاج إليها المتحدث فعلاً قد تشكل عائقًا أمامه. لذا، يجب أن يكون لكل وسيلة إيضاح هدف أكثر من مجرد إضفاء بعض الحيوية على العرض التقديمي. ينبغي أن يحرص المتحدث على أن تكون كل وسيلة يستخدمها ترتبط بالموضوع وتضيف قيمة للعرض التقديمي. كذلك، يجب على المتحدث دائمًا أن يصمم وسائل الإيضاح بحيث تؤدي وظيفة محددة وأن يحرص على أن تكون كل وسيلة منها واضحة بذاتها ويمكن استيعابها بسهولة.

☑ هل الوسيلة المستخدمة وسيلة إيضاح مرئية فعلاً أو أنها وسيلة لفظية مرئية؟ فالكلمات المطبوعة في جداول لا تعتبر وسيلة إيضاح مرئية؛ حيث إن الكلمات هي التي يقوم المتحدث بإلقائها. وفي بعض الأحيان، يمكن أن يجد المتحدث أساليب جديدة لاستخدام الكلمات في وسيلة إيضاح مرئية، وقد تساعد هذه الكلمات الجمهور في التعرف على الصور. وبشكل عام، يجب على المتحدث أن يقلل من استخدام الكلمات قدر المستطاع عند تصميم وسائل الإيضاح المرئية.

كيفية تصميم وسائل الإيضاح المرئية

يمكن أن تصبح وسيلة الإيضاح المرئية حيوية بعد أن يتبع المتحدث الذي قام بتصميمها بعض الخطوات الأساسية وهي:

١- الرجوع إلى مخطط الحديث وكتابة أفكار لوسائل الإيضاح المرئية، بالإضافة إلى معرفة عدد الوسائل التي ستساعد في توضيح الفكرة ونوع وسيلة الإيضاح الذي يتناسب مع الموضوع: جدول تخطيطي - نموذج - رسم بياني - أو توضيح. ويجب على المتحدث أن يقوم بتصميم وسيلة الإيضاح بحيث تؤدي وظيفة محددة. كما يجب استخدام هذه الوسائل عند الحاجة إليها بشرط أن تكون مرتبطة بالموضوع. ويجب ألا تعمل هذه الوسائل على إضافة الفاعلية للحديث فقط، بل يجب أن يكون لها هدف أيضاً.

٢- تدوين المغزى من وسيلة الإيضاح في ورقة والبدء في تصميم شكل وسيلة الإيضاح. تمثل هذه الورقة وسيلة الإيضاح؛ ويجب على المتحدث أن يقتصر فقط على نقطة أو اثنتين يريد التأكيد عليهما.

٣- تصميم رسم تخطيطي لوسيلة الإيضاح المرئية ذاتها، وبعد ذلك، يعطي المتحدث هذا التصميم أو الرسم التقريبي لفنان إذا كان يتعامل مع أحدهم. وسواء أكان المتحدث يقوم بتصميم وسائل الإيضاح بنفسه أو يتعامل مع فنان محترف، يجب عليه أن يضع رسماً تقريبياً قبل البدء في تصميم الشكل النهائي لوسيلة الإيضاح.

٤- الابتعاد عن التعقيد والفوضى عند تصميم وسائل الإيضاح المرئية مع ضرورة أن تكون وسيلة الإيضاح بسيطة وسهلة الاستيعاب. وإذا كان على المتحدث أن يجمع بين الكلمات ووسيلة الإيضاح، فيجب عليه أن يبحث عن تخطيط جيد ومتوازن مع

ضرورة إيجاد عنوان لكل وسيلة إيضاح. كما يجب ألا تغطي وسيلة الإيضاح أكثر من ثلاث نقاط رئيسية، وإذا كان هناك نقاط أكثر من ذلك يجب عرضها، فيجب تصميم وسائل إيضاح إضافية. كما يجب ألا يزيد محتوى وسيلة الإيضاح عن ستة أسطر وإذا ما قل عن ذلك فهو أفضل.

إذا كان المتحدث سيستخدم الأرقام والكلمات في وسيلة الإيضاح، فيجب أن تكون مطبوعة بخط كبير وسهلة القراءة. كما يجب على المتحدث أن يستفيد من الرسوم في تقليل عدد الكلمات، وأن يتأكد من أن كل وسيلة إيضاح تعمل على تدعيم الأفكار الرئيسية في الحديث.

٥- استخدام الألوان بثلاث طرق: راحة العين من خلال الشكل الجميل وإضافة المزيد من التأكيد وتوضيح الاختلاف بين نقطة وأخرى. فحتى استخدام القليل من الألوان يمكن أن يضفي على وسيلة الإيضاح شكلاً جميلاً؛ فيمكن للمتحدث أن يضع خطاً تحت العناوين بلون مختلف، وأن يضع رموز تعداد نقطية ملونة أمام النقاط الرئيسية. لكن ينبغي عدم الإفراط في استخدام الألوان؛ حيث إن استخدام الألوان كثيراً قد يؤدي إلى الارتباك. فالمبالغة في استخدام الألوان بشكل كبير أسوأ بكثير من استخدامها بشكل محدود.

بالإضافة إلى ذلك، فإن للألوان تأثيراً نفسياً على معظم الناس؛ حيث تنجذب العين للأجزاء الملونة من الإعلانات. ويمكن استخدام اللونين الأسود والأزرق مع العناوين الرئيسية كما يفيد اللون الأزرق في تظليل ووضع خط تحت النقاط المهمة. كما أن اللون الأخضر يعني النشاط ويمثل إشارة للبدء كما تتقبله العين بارتياح. أما اللون الأحمر فهو من الألوان الجاذبة للعين ولكن ملاحظته تكون أصعب من الألوان الأخرى كما يرتبط استخدامه في الذهن ببعض المعاني السلبية مثل التوقف والخسارة.

لهذا، يجب على المتحدث أثناء وضع التصميمات التقريبية أن يستعين بالألوان وأن يتدرب على استخدامها. كما يجب أن يستخدم ألواناً مختلفة ويسأل الأصدقاء عن رأيهم. بكلمات أخرى، يجب عليه أن يتعرف على ما بالتصميم من أخطاء قبل الانتهاء من الشكل النهائي لوسيلة الإيضاح المرئية.

قواعد مهمة

تشترك جميع وسائل الإيضاح المرئية غير الفعالة - وما أكثرها - في بعض الأخطاء التي لا توجد في وسيلة الإيضاح الجيدة. إليك فيما يلي بعض الطرق التي تساعد المتحدث في أن يجعل وسيلة الإيضاح التي يستخدمها - وبالتالي حديثه - أكثر فعالية:

١- يجب أن تكون جميع وسائل الإيضاح متوافقة مع بعضها البعض، ولكن ليست مملة. ويجب أن تتم كتابة جميع العناوين الموجودة بالحجم نفسه، كما يجب ألا تختلف أنماط الصور في جميع وسائل الإيضاح كثيراً عن بعضها. بالإضافة إلى ذلك، يجب استخدام الألوان في الجداول بالطريقة نفسها؛ فإذا استخدم المتحدث رموز تعداد نقطي زرقاء للتأكيد على فكرة ما في أي جدول، فإنه يجب استخدامها في جميع الجداول. ويجب ألا يستخدم المتحدث أكثر من ثلاثة ألوان في وسيلة إيضاح واحدة.

٢- يجب أن يحتفظ المتحدث بوسيلة الإيضاح بعيداً عن نظر الجمهور حتى يحين وقت استخدامها؛ حيث إن المتحدث يريد استخدام هذه الوسيلة لتدعيم حديثه لا لتشتيت ذهن الجمهور.

٣- يجب أن يقوم المتحدث بتوجيه حديثه للجمهور وليس لوسيلة الإيضاح؛ حيث يجب ألا تكون وسيلة الإيضاح حاجزاً بين المتحدث والجمهور. إن المتحدث البارع يستخدم وسائل إيضاح فعالة، ولكنه يحافظ أيضًا على التواصل مع الجمهور من خلال نظرات العين.

٤- يجب أن يقف المتحدث بجوار وسيلة الإيضاح وليس أمامها.

٥- يجب على المتحدث ألا ينسى تقديم وسيلة الإيضاح وأن يأخذ في الاعتبار حجم الحجرة ومكان الجمهور والحامل وسلك الكهرباء والأضواء، كما يجب على المتحدث أن يتخلص من وسائل الإيضاح التي استخدمها متحدثون آخرون قبل البدء في حديثه. علاوةً على ذلك، يجب عليه أن يتأكد من أن وسائل الإيضاح بالارتفاع الكافي لتمكن الجمهور في الصفوف الخلفية من رؤيتها. وإذا لم يكن هناك حامل، فيجب على المتحدث أن يمسك بوسيلة الإيضاح بنفسه بشرط ألا تحجب وجهه عن الناس. وعندما ينتهي المتحدث من عرض وسيلة الإيضاح، يجب عليه أن يضعها جانبًا بشكل منظم وغير فوضوي.

٦- يجب على المتحدث التدريب على استخدام وسائل الإيضاح بينما يتدرب على الحديث بالكامل؛ حيث إنه من الخطأ أن يتدرب المتحدث على الحديث أولاً ثم يتدرب على وسائل الإيضاح فيما بعد. لذا، يجب التدريب على استخدامها في أثناء الإعداد للحديث بالترتيب الذي ستعرض به مع ضرورة التأكد من كون هذه الوسيلة تعمل لصالح المتحدث.

استخدام برنامج PowerPoint

إن التكنولوجيا شيء مذهل، وفي مجال وسائل الإيضاح المرئية، نجد أن تطور برنامج PowerPoint وبرامج تصميم الرسوم الأخرى المساعدة منح الفرصة للمتحدثين لتصميم وسائل إيضاح مرئية بأنفسهم دون الاعتماد على متخصصين في تكنولوجيا المعلومات لتصميمها لهم. وكأي تقدم تكنولوجي، فإن برامج مثل برنامج PowerPoint لا تحل كل مشكلة. وفي هذه الأيام، يعتمد الكثير من المتحدثين على برامج الكمبيوتر للوصول إلى النجاح أو لتبرير الفشل. لذا، يجب على المتحدث ألا يعتمد على وسيلة إيضاح في صياغة العرض التقديمي. فالشريحة أو الصور المتحركة أو أية أدوات أخرى كل ذلك لا يصنع النجاح وحده، بل أن الفرد المتحدث نفسه هو أهم عوامل النجاح.

بصفة عامة، فإن إحدى مشكلات استخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بالعروض التقديمية تتمثل في شيوع استخدام هذه البرامج من قبل الآخرين أيضًا. في إحدى المقالات التي تم نشرها في فبراير ٢٠٠١، ذكر الكاتب أن منظمي المؤتمرات عادةً ما يعرضون تحويل وسائل الإيضاح الخاصة بالمتحدث إلى برنامج PowerPoint لأنهم يريدون شكلاً موحداً للمؤتمر الذي يقومون بتنظيمه.

كما قال هذا الكاتب أيضًا - والذي يعمل كمتحدث واستمع إلى العديد من الأحاديث "ما السبب الذي يجعلهم يريدون هذا الشكل الموحد؟ إن كل الأحاديث تتشابه. وعندما ينهي أحد المتحدثين حديثه، يقوم بعرض الشريحة الأخيرة التي تشتمل على شكر الجمهور وعنوان البريد الإليكتروني الخاص بالمتحدث ثم يصفق له الجمهور وتتم إضاءة الأنوار ويغلق المتحدث جهاز الكمبيوتر المحمول الخاص به ويغادر المنصة، ثم يقدم المتحدثَ التالي الشخصُ المسئول عن ذلك. عندئذٍ، يمشي هذا المتحدث إلى المنصة ويقوم بتوصيل الكهرباء إلى جهاز الكمبيوتر المحمول الخاص به وتنطفئ الأضواء ويبدأ المتحدث في عرض الشريحة الأولى التى تشتمل على تحية الجمهور، ويستمر الحال هكذا حتى انتهاء المؤتمر."

على كل ذلك، لماذا يستخدم المتحدثون برنامج PowerPoint أو غيره من البرامج الأخرى الخاصة بالعروض التقديمية؟ لأن هذه البرامج إذا تم استخدامها بشكل جيد، فستساعد على إظهار الحديث بصورة فعالة ومؤثرة. ويمكن استخدام برنامج PowerPoint في أربعة أنواع مختلفة من العروض التقديمية وهي:

١- **الأوراق الشفافة الخاصة بجهاز البروجكتور:** ويمكن للمتحدث استخدام هذا البرنامج في تصميم الأوراق الشفافة الخاصة بجهاز العرض (البروجكتور)، وإذا لم يكن لدى المتحدث طابعة ملونة، فيمكن أن يقوم بحفظ عمله على قرص مضغوط والذهاب إلى أحد مراكز الطباعة لطباعة هذه الأوراق الشفافة بالألوان.

٢- **الشرائح بمقاس ٣٥ مم:** يمكن لمعظم المراكز التجارية المتخصصة في النسخ نقل العروض التقديمية الخاصة ببرنامج PowerPoint إلى شرائح بمقاس ٣٥ مم إذا كان هذا ما يحتاج إليه المتحدث عند إلقاء الحديث.

٣- **عروض الشرائح التي تستخدم فيها أجهزة الكمبيوتر:** وهذا هو الاستخدام الأكثر شيوعًا للبرامج الخاصة بالعروض التقديمية؛ حيث يتم عرضها بواسطة جهاز كمبيوتر محمول. ويعتبر هذا أفضل استخدام لبرامج العروض التقديمية؛ حيث إنه يسمح للمتحدث بإضافة المؤثرات الحركية بل وحتى الصوتية للعرض التقديمي.

٤- **عروض الشرائح المستخدمة من خلال شبكة الويب:** حيث يمكن للمتحدث تحويل العرض التقديمي المصمم باستخدام برنامج PowerPoint إلى موقع ويب؛ وتكون لذلك فائدة خاصة عند استخدام العرض التقديمي في فصول التعليم عن بعد.

يعتقد بعض المتحدثين أن مجرد استخدام الشرائح مفيد للغاية ويحقق أفضل النتائج، وأن استخدام الشرائح المصممة باستخدام الكمبيوتر يضيف ببساطة للحديث تشويقًا. لكن الجمهور يعرف مثل هذه الأمور بصورة أفضل من مثل هؤلاء المتحدثين. وهذه بعض النصائح التي تجعل من الشرائح المصممة باستخدام برنامج PowerPoint أكثر فعالية:

- **مراعاة الجمهور:** يجب على المتحدث أن يعرف مع من يتحدث، وأن يضع في الحسبان الانطباع الذي يريد تركه لدى الجمهور بعد سماع الحديث. فإذا ما أراد المتحدث أن يكون العرض التقديمي جادًا ومتخصصًا، فيجب عليه أن يتأكد من أن

الشرائح تعكس هذه الصورة، كما يجب ألا يستخدم ألوانًا زاهية أو رسومًا هزلية. على الجانب الآخر، إذا كان المتحدث سيقدم عرضًا تقديميًا أمام مجموعة من الأطفال أو سيتحدث في موضوع غير جاد، فإنه ينبغي استخدام الألوان الزاهية والكثير من الصور.

- **مراعاة المكان:** يجب على المتحدث أن يضع نصب عينيه مكان التحدث. فإذا كان سيقوم بإلقاء حديثه في قاعة كبيرة أو مسرح ضخم، يجب عليه أن يستخدم خلفيات بسيطة وأكبر حجم ممكن من الخطوط. كما يجب ألا تشتمل وسيلة الإيضاح على الكثير من التفاصيل؛ فإذا أراد المتحدث أن يوضح المعلومات المعروضة على الشرائح، فيجب عليه أن يقوم بتسليم الجمهور نشرات مطبوعة تشتمل على هذه التفاصيل.
- **الحد من استخدام الشرائح التي تعرض قوائم التعداد النقطي:** لأن هذا أسهل أنواع الشرائح من حيث التصميم؛ يفرط المتحدثون عادةً في استخدامه عن طريق وضع هذه الشرائح في صف مع وجود الكثير من المعلومات على كل واحدة منها. بصفة عامة، يجب على المتحدث ألا يقوم بعرض أكثر من ثلاث فقرات تستخدم معها رموز تعداد نقطي على كل شريحة، مع جعل هذه الفقرات قصيرة وموجزة بقدر الإمكان.
- **اختيار حجم الخط بحكمة:** قد يبدو أن الخطوط البراقة أكثر إبداعًا، إلا أنها تكون صعبة في القراءة. كما يجب على المتحدث أن يتأكد أن الخط المستخدم كبير بدرجة كافية حتى يستطيع الجمهور في الصفوف الخلفية القراءة (وخاصةً إذا كانت القاعة طويلة وضيقة) مع ضرورة عدم استخدام أكثر من حجمين للخط في كل شريحة.
- **اختيار العناوين بتأنٍ لكسب أكبر قدر من الاهتمام:** ينبغي أن يكون لمعظم الشرائح التي يتم استخدامها عنوان. على سبيل المثال، إذا كان الحديث عن وصف لمراحل تطور مرض معين ويعرض المتحدث رسومات بيانية مختلفة وجداول متنوعة لكل مرحلة، فيجب أن تكون لكل شريحة عنوان مثل "المرحلة الأولى: العدوى" و"المرحلة الثانية: الإصابة" و"المرحلة الثالثة: الأعراض"، وهكذا. أما إذا كان المتحدث يستخدم العديد من الصور، فإنه لن يحتاج إلى عناوين؛ حيث إن الصور تتحدث عن نفسها.

- **ضرورة تنبيه الجمهور قبل استخدام رسم أو صورة:** يمكن أن يضيف الرسم المناسب للعرض التقديمي قوة وإبهاراً، ولكن يجب ألا يبتعد ذلك عن الرسالة المراد توصيلها من الحديث. حيث إن ذلك يضيع الهدف من العرض التقديمي؛ كما يحدث، على سبيل المثال، في إعلانات التليفزيون التجارية المبهرة التي يتحدث عنها الناس لأسابيع ولكن لا يتذكرون المنتج الذي كان يتم الإعلان عنه. فإذا ما قال الجمهور بعد انتهاء الحديث: "كانت الرسوم والصور رائعة"، فهذا يعني أنه لم يتم تحقيق الهدف من الحديث.

بطبيعة الحال، يعتبر الهدف من الحديث أهم شيء بالنسبة للمتحدث. ولهذا، يجب ألا يبدأ المتحدث بتخطيط العرض التقديمي عن طريق تصميم الشرائح أولاً. ذلك لأنه في نهاية معظم ورش العمل التي أقوم بعقدها يحذف معظم المشاركين في النهاية نصف الشرائح التي قاموا بتصميمها على الأقل. ويجب أن يبدأ المتحدث بورقة فارغة أو ملف فارغ على جهاز الكمبيوتر ثم يبدأ في تخطيط ما يريد قوله. يجب التركيز على المحتوى أولاً ثم إضافة الصور فيما بعد.

تجنب أخطاء استخدام الشرائح

تعتبر الشرائح سلاحاً ذا حدين. فمن الممكن أن يتم استخدامها لتجسيد مفهوم صعب بصورة فعالة، ولكنها في الوقت نفسه قد تجذب انتباه الجمهور بعيداً عن المتحدث، مع أن أفضل سلاح يستعين به المتحدث يتمثل في انتباه الجمهور إليه هو لا إلى الأدوات التي يستعين بها. لهذا، إذا كان المتحدث سيستخدم الشرائح، يجب أن يتم ذلك بصورة جيدة لسببين مهمين: التعويض عن الظلام الموجود في القاعة المحيط بالمتحدث والجمهور والتغلب على تشتت الانتباه الذي يحدث لبعض الناس عندما يعرفون أن المتحدث سيستعين بالشرائح. ولقد رأيت العديد من أفراد الجمهور الذين يتشتت انتباههم عند سماعهم على اشتمال الحديث على شرائح؛ ولهذا، يجب على المتحدث أن يثبت لهم سريعًا أن هذه الشرائح ليست مخيبة لآمالهم.

يجب أن يكون صوت المتحدث حيويًا ونشطًا إذا كان سيقوم بإلقاء الحديث في ظلام تام. ويجب ترك بعض الأنوار مضاءة؛ حيث إن ما يفقده المتحدث من وضوح الشريحة يكتسب ما هو أفضل منه من انتباه الجمهور وتجاوبه مع الحديث.

على الرغم من عيوب الشرائح، فإنها تعتبر وسيلة إيضاح مرئية جيدة وفعالة لقطاع كبير من الجمهور. فهناك بعض المواقف التي تتطلب استخدام هذه الشرائح بالفعل. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث طبيبًا جراحًا يعرض أسلوبًا جراحيًا جديدًا، أو كان مهندسًا يعرض نوعًا جديدًا من المرافق، أو كان سمسار عقارات يعرض بعض الممتلكات، فإن الشرائح في جميع هذه المواقف تعطي للمتحدث القدرة على عرض ما يريده بصورة أسرع مما إذا استخدم الكلمات في توصيل ما يريد. ومن الأشياء الشائعة في العروض التقديمية التي يستعان فيها بالشرائح وأجهزة العرض استخدام الرسوم المتطورة التي يتم تصميمها باستخدام أجهزة الكمبيوتر. وهذه الرسوم تساعد المتحدث على توصيل الأفكار الصعبة بصورة ميسرة.

فضلاً عن ذلك، فإن استخدام الشرائح يعطي مرونة للمتحدث الذي يكرر الحديث في الموضوع نفسه مرارًا. وذلك حيث يكون بإمكانه تحديث عرضه التقديمي عن طريق إضافة أو حذف بعض الشرائح دون تغيير العرض كله.

في الواقع، يوجد عدد متناقص من الناس في هذا العصر ممن يستخدمون الشرائح، ولكنها لا تزال موجودة في بعض الصناعات. وإذا كان لدى المتحدث القدرة على التطبيق الجيد للشرائح ولكنه لا يستخدمها في طباعة الكلمات التي يقولها بالفعل، فإنه يمكنه الاستفادة من القواعد المهمة التالية في تصميم شرائح مبتكرة وفعالة:

- يجب تحديد ما يريد المتحدث أن يتذكره الجمهور وأن يتم تصميم الشرائح بناءً على هذه النقاط.
- يجب على المتحدث استخدام الشرائح التي يحتاج إليها فعلاً فقط. فينبغي ألا يقوم بتشتيت انتباه الجمهور باستخدام شرائح زائدة عما يحتاجه.
- يجب على المتحدث أن يتدرب على عرض الشرائح. فإذا كان المتحدث يعرض شريحة، يجب أن يتأكد من أنه يشير إلى الشريحة الصحيحة. كما يجب عليه ألا يعرض شريحة معقدة ويستمر في الحديث دون توضيحها، وإلا فإن الجمهور سيحاول معرفة المغزى منها بينما يواصل المتحدث حديثه.
- يجب ألا يترك المتحدث الشريحة معروضة على الشاشة فترة أطول مما ينبغي. فعندما ينتهي من حديثه عن شريحة ما وتوضيحه لها، يجب عليه أن يقوم بعرض الشريحة التالية.

- يجب على المتحدث إعداد الجوانب الفنية بعناية. فيجب أن يتأكد من أن الشرائح تتتابع بترتيب صحيح وبالوضع المناسب بحيث يكون الوجه الصحيح لأعلى. كما يجب على المتحدث أيضًا أن يقوم بترقيم هذه الشرائح وأن يتأكد من أن جهاز العرض يعمل بكفاءة وبحالة جيدة. قبل البدء في الحديث، يجب فحص كل شيء مرة أخرى والتأكد من وجود الأسلاك الكهربائية في مكانها الصحيح ومن وجود أسلاك إضافية إذا كانت تقتضي الحاجة ذلك.
- يجب على المتحدث التواصل مع الجمهور بفعالية قبل البدء في عرض الشرائح. فينبغي أن يعرف الجمهور أن المتحدث هو الخبير والملم بجوانب الموضوع وليس الشرائح وأنه يرغب بحق في أن يكون معهم ويفيدهم. فالكثيرون من الجمهور يشعرون بالملل في أثناء عرض الشرائح ولهم خبرات سلبية في هذا الشأن. ولهذا، يجب على المتحدث تحقيق المعادلة الصعبة بين إرضاء الجمهور وضرورة عرض الشرائح. يجب أن يدرك الجمهور أن المتحدث بارع يستطيع استخدام الشرائح بفعالية وكفاءة وأنه يستخدمها لأنه يريد ذلك وليس مضطرًا.
- يجب على المتحدث تحديد أوقات يقوم فيها بإضاءة القاعة في أثناء العرض التقديمي. نجد أن بعض المتحدثين يعتقدون أنه يجب إطفاء الأنوار مرة واحدة لأن إطفاء الأنوار وإضاءتها أكثر من مرة قد يشتت انتباه الجمهور. وإنني لا أتفق مع هذا الرأي؛ حيث أعتقد إن إضاءة الأنوار في أثناء الحديث يمكن أن يكون أسلوبًا للحفاظ على انتباه الجمهور.
- يجب على المتحدث ألا يبدأ في عرض الشرائح قبل التحدث مع الجمهور والأنوار مضاءة لمدة دقيقتين على الأقل.
- لأنه لا ينبغي أن يقوم المتحدث بعرض الشريحة قبل توجيه الجمهور إليها، فإنه قد يحتاج إلى شريحة افتراضية يستطيع عرضها في أثناء الانتقال من فكرة أو من شريحة إلى أخرى. على سبيل المثال، في حديثي عن موضوع فن التحدث أمام الآخرين، قد أعرض شريحة مكتوب عليها "لا تكن مملاً". وإذا كان الحديث عن التغيير، فمن الممكن أن تكون الشريحة الافتراضية مكتوبًا عليها "التغيير = النمو والازدهار". ويستطيع المتحدث أن يضيف لفعالية وتأثير الهدف من الحديث عن طريق استخدام هذه الشريحة الافتراضية بشكل متكرر.

- يجب على المتحدث الحرص عند استخدام الشرائح على إعطاء الجمهور فرصة للراحة. يفضل بعض المتحدثين استخدام مقتطفات من أفلام الكارتون عند الانتقال من فكرة إلى أخرى؛ وهذا فقط للترويح عن الجمهور قليلاً. مع ذلك، إذا لم يكن هذا الكارتون مرتبطًا بشكل مباشر بالموضوع، فقد يتشتت انتباه الجمهور؛ وبهذا يكون من الصعب على الجمهور العودة إلى متابعة الحديث مرة أخرى. أما إذا أحسن المتحدث استخدام الشرائح الخاصة بفترة الراحة، فهذا يضيف لفعالية الحديث. ولقد حضرت ذات مرة حديثًا عن مرض هشاشة العظام حيث عرض المتحدث في الفترة الانتقالية صوراً لسيدة من سن ٥٠ عامًا حتى وصلت إلى سن ٨٠ عاماً والتغيرات التي حدثت لها في هذه الفترة. وفي مثال آخر، كانت هناك متحدثة أخرى تعمل كمنسق مالي، وكانت تحاول إقناع الجمهور بالتماشي مع التضخم المالي، وقد استخدمت شرائح في فترة الراحة تعرض ما كان يمكن شراؤه بمبلغ ١٠٠ دولار في أعوام ١٩٤٠ و١٩٥٥ و١٩٨٠ و٢٠٠٢.
- إذا حدث خطأ في استخدام الشرائح كأن تعطل جهاز العرض أو اختلف ترتيب الشرائح أو انقطع التيار الكهربائي أو كان هناك أية حالة طارئة أخرى، فيجب أن يعطي المتحدث للجمهور راحة لمدة خمس دقائق لتصليح العطل وألا يحاول التخلص من هذه المشكلة بشكل غير منظم. كما يجب على المتحدث أن يخطط في ذهنه ما سيفعله إذا ما حدث عطل مفاجئ في استخدام الشرائح.

استخدام جهاز البروجكتور

لا يزال جهاز العرض (البروجكتور) أداة مفيدة في الكثير من العروض التقديمية. وأنا أستخدمه لأنني لا أضع أية كلمات في وسائل الإيضاح المرئية التي أستخدمها ولكني أستعين بالرسومات فقط. وهناك العديد من عملائي المنخرطين بكثرة في تقديم العروض التقديمية التعليمية قد عملوا مع شركات تفضل استخدام البروجكتور التقليدي لأسباب عدة وهي:

- يساعد البروجكتور على تصميم الأوراق الشفافة بسهولة وبتكلفة بسيطة.
- إن هذه الأوراق الشفافة سهلة في القراءة بالنسبة للجمهور، ويمكن استخدامها مع مجموعات الجمهور الكبيرة في العدد؛ فمن الممكن عرض صور لمن يجلس على مسافة قد تصل إلى ١٥ قدمًا.

- يمكن للمتحدث "التفاعل" مع وسيلة الإيضاح هذه عن طريق وضع علامة على الورقة الشفافة في أثناء العرض التقديمي.
- البروجكتور سهل الحمل، على الأقل مع الأنواع المحمولة منه.
- يمكن للمتحدث نسخ الصور المعروضة بسهولة وبتكلفة بسيطة.
- لا يحتاج المتحدث إلى إطفاء الأنوار من أجل استخدام البروجكتور، مما يعطي للمتحدث الفرصة للتواصل بالعين مع الجمهور وهذه فائدة كبرى.
- يستطيع المتحدث استخدام حائط أبيض بدلاً من الشاشة إذا اقتضى الأمر ذلك.
- لا يضطر المتحدث أبداً إلى التحول بعيداً عن الجمهور.

ومن أساسيات إعداد الأوراق الشفافة الجيدة الخاصة بجهاز البروجكتور أن يقتصر المتحدث على ست كلمات في كل سطر وأن يستخدم خطًا بحجم كبير ليستطيع الجمهور مشاهدته بسهولة. ويمكن استخدام رسم أو حدود تمت طباعتها من قبل أو تصميم يجذب الانتباه. ويمكن استخدام الألوان الموجودة في برامج الإعدادات حتى تكون وسيلة الإيضاح أكثر جاذبية. علاوةً على ذلك، يجب على المتحدث أن يقوم بترقيم هذه الأوراق الشفافة حتى إذا اختلطت ببعضها يمكن إعادة تصنيفها بسهولة.

تطوير أسلوب إلقاء الحديث

عندما يضيف المتحدث عنصر استخدام جهاز البروجكتور إلى حديثه، فإنه يحتاج إلى تعديل أسلوب إلقاء الحديث. وإليك فيما يلي بعض النصائح لتقديم العرض التقديمي بسهولة:

- **الحفاظ على التحكم والسيطرة:** إذا ترك المتحدث صورة معروضة على الشاشة، فإنه يسمح بذلك بتشتت انتباه الجمهور الذي يتوزع بين المتحدث والشاشة. ولكن يستطيع المتحدث السيطرة على انتباه الجمهور عن طريق إطفاء جهاز العرض وتشغيله. وعند عرض أي من هذه الأوراق الشفافة الخاصة بجهاز البروجكتور، يمكن للمتحدث منع الجمهور من قراءة النقاط التي لم يتعرض لها بعد عن طريق استخدام فرخ من الورق في تغطية هذه النقاط. وبعد ذلك، يستطيع المتحدث أن يقوم بإظهار كل فكرة وقت مناقشتها.

▪ **عدم إزعاج الجمهور بتشغيل جهاز البروجكتور دون وجود ورقة شفافة على الجهاز:** يجب أن يتعلم المتحدث أسلوب الانتقال من ورقة شفافة إلى أخرى بمرونة وكيفية إطفاء الجهاز إذا احتاج للتوقف بين هذه الأوراق الشفافة.

▪ **عدم النظر إلى الشاشة والإشارة إليها باستمرار:** إن هذا الأمر قد يؤدي إلى فقدان التواصل مع الجمهور من خلال نظرات العين. أما إذا أراد المتحدث التأكيد على شيء ما، فيجب عليه أن يشير إلى الورقة الشفافة بمؤشر أو قلم. وإذا كان المتحدث مرتبكًا بشأن اهتزاز المؤشر، فيجب عليه أن يضعه على جهاز البروجكتور حتى يكون مستعداً لاستخدامه.

▪ **تحديد كيفية استخدام البروجكتور ومكان وضعه بدقة:** يُفضل وضع البروجكتور بشكل مائل على الجانب الأيمن للمتحدث الذي يستخدم يده اليمنى، وعلى الجانب الأيسر للمتحدث الذي يستخدم يده اليسرى. وإذا كان المتحدث سيكتب على الورق الشفاف، فيمكن أن يوضع البروجكتور خلفه مباشرةً.

▪ **عدم إضعاف تأثير الخاتمة عن طريق البدء في جمع الأوراق الشفافة في أثناء إلقائها:** يجب إطفاء البروجكتور وترك الأوراق الشفافة كما هي والتحرك قليلاً إلى الأمام والبدء في إلقاء الخاتمة.

▪ **وضع إطار حول الأوراق الشفافة:** (يمكن شراؤه من أي متجر لبيع الأدوات المكتبية). من الممكن كتابة بعض الملاحظات على الإطار (بحيث لا يراها الجمهور) وبهذا يظهر المتحدث وقد استعد بصورة جيدة. كما أن هذا الإطار يجعل عملية تغيير الأوراق الشفافة يسيرة. وبعد ذلك، يمكن للمتحدث التخلص من الفواصل الورقية المضيعة للوقت. ولقد رأيت العديد من المتحدثين الذين يفقدون التواصل مع الجمهور في أثناء إزالة هذه الفواصل الورقية؛ حيث يقومون بإزالة الفاصل الورقي ثم يضعون الورقة الشفافة على جهاز العرض ثم يزيلون الفاصل الورقي في الورقة الشفافة التي تليها، وهكذا.

الاستعداد للمفاجآت

يمكن تجنب حدوث معظم المشاكل الشائعة الخاصة باستخدام البروجكتور عن طريق الإعداد الدقيق والاهتمام بجميع تفاصيل التشغيل:

- الذهاب مبكراً إلى مكان إلقاء الحديث لمتابعة إجراءات إعداد البروجكتور
- التأكد من أن كل شيء تم إعداده وعدم الاعتماد على الآخرين
- تحديد موقع مفتاح التشغيل والإطفاء الخاص بالجهاز؛ حيث تختلف هذه المفاتيح في كل جهاز. وفي بعض الأجهزة، يكون من الصعب الوصول إلى هذه المفاتيح؛ فعلى سبيل المثال، يوجد في بعض الأجهزة لوحة وليس مفتاح.
- إحضار مصباح كهربائي احتياطي للجهاز
- التأكد من وضع الجهاز في الوضع الصحيح ووجود حامل بجوار الجهاز لوضع الأوراق الشفافة عليه؛ حيث يحتاج المتحدث إلى مكان لوضع وسائل الإيضاح قبل استخدامها ومكان آخر لوضع الشرائح التي استخدمها. وعلى الرغم من أنني دائماً ما أطلب هذا الحامل، فإنني في ٧٥ في المائة من المرات أقوم بوضع خطة بديلة.
- إحضار سلك كهربائي طويل؛ فقد يحتاج المتحدث إليه. كما يجب إحضار عدة بديلة من الأدوات الخاصة بالجهاز كبكرة احتياطية وشريط ومقص
- تشغيل الجهاز والمعدات واختبارها
- اختبار إضاءة البروجكتور بوضع ورقة شفافة على مكان خروج الإضاءة
- وضع خطة احتياطية

استخدام مؤشرات الليزر

تم تصميم مؤشرات الليزر لمساعدة المتحدثين في إلقاء المحاضرات أو في العروض التقديمية الخاصة بالعمل. ويصدر عن شعاع مؤشر الليزر نقطة صغيرة من الضوء يتم توجيهها إلى أي شيء يرجى لفت انتباه الجمهور إليه. ويمكن أن تكون هذه الأداة مفيدة في جذب انتباه الجمهور إلى نقطة معينة على الشريحة أو البروجكتور خاصةً عند الحديث أمام جمهور كبير العدد تفصل بينه والشاشة مسافة كبيرة.

مع ذلك، وكما هو الحال مع كل الأدوات التكنولوجية المتطورة الأخرى، هناك ما يعيب استخدام مؤشرات الليزر. وذلك حيث يكون من الصعب الإمساك بالمؤشر بثبات وتركيزه على النقطة المعينة التي يريد المتحدث التأكيد عليها. لهذا، فإن شعاع الليزر يتحرك بشكل خاطف حول الشريحة ويفقد أفراد الجمهور تركيزهم وانتباههم في محاولتهم متابعة الضوء.

يجب أن يتذكر المتحدث أيضًا أن مؤشر الليزر ليس لعبة؛ فلقد أشار معهد الليزر الأمريكي إلى أن شعاع الليزر قد يكون خطرًا على العين إذا لم يستخدم بشكل صحيح. وقد أصدر المعهد هذه التوصيات:

- يجب عدم تسليط ضوء مؤشر الليزر على أي شخص؛ فهذه المؤشرات مصممة لتوضيح الأشياء الجامدة.
- يجب عدم تسليط ضوء مؤشر الليزر على أي سطح عاكس؛ فتأثير الشعاع المنعكس يشبه تأثير الشعاع المباشر على العين.
- يجب عدم السماح للأطفال باستخدام مثل هذه المؤشرات دون إشراف.

شرائط الفيديو

تستخدم شرائط الفيديو بشكل متزايد في الشركات ذات ميزانيات الإنتاج الضخمة. وتتسم هذه الأداة بالتكلفة العالية ونقص المرونة؛ فليس من الصعب تحديثها بتكلفة بسيطة فحسب، ولكن لا يستطيع المتحدث التحكم فيها أيضًا. فالمتحدث يتعين عليه إيقاف تشغيل شريط الفيديو للتعليق على شيء ما في حين أن معظم العروض التقديمية التي تعتمد على الفيديو يتم تصميمها للعرض المستمر.

يمكن تعويض عيوب هذه الشرائط بالإبهار والتأثير القوي؛ حيث إنها تشبه التليفزيون والسينما؛ فلهذا ينجذب إليها الجمهور ومن الممكن أن يكون العرض مبهرًا بحق. وإذا توفرت الميزانية والحاجة إلى عرض تقديمي قوي، فإنه تكون لشرائط الفيديو فعالية خاصة. وإذا كان المتحدث سيستخدم الفيديو، فيجب عليه أن يذهب إلى مكان العرض التقديمي لاختبار الجهاز. فلا شيء يفسد العرض التقديمي أسرع من جهاز فيديو أو مشغل أقراص DVD لا يعمل.

لوحات العرض المعلقة

تعتبر لوحات العرض المعلقة من وسائل الإيضاح المفضلة لدي. ومن الأفضل استخدام لوحتي عرض واحدة في كل جانب من القاعة؛ لأن ذلك يفرض على المتحدث أن يتحرك بشكل أفقي، مما يخلق المزيد من الحيوية ويجذب الانتباه أكثر من التحرك للخلف والأمام.

تكون لوحات العرض المعلقة مفيدة في حالة الجمهور صغير العدد. ويمكن إعدادها بشكل سابق أو توضيحها في أثناء الحديث. ويمكن أن تكون لوحات العرض عبارة عن جزء

مناسب من الورق المقوى أو ببساطة لوحة كبيرة وحامل. وينبغي إتباع هذه الخطوات عند استخدام لوحات العرض المعلقة:

- إعداد لوحة العرض قبل بدء الحديث مع أهمية تغطيتها حتى وقت الحاجة إليها
- البدء بعنوان حتى يعرف الجمهور ما تشير إليه المعلومات على أن تتم طباعة كلمات العنوان بخط كبير وواضح
- الحرص على أن تكون الرسومات بسيطة وواضحة
- عدم الكتابة والحديث في الوقت نفسه ما لم يكن المتحدث قادراً على توجيه الجمهور وله صوت قوي يسمعه الجمهور
- الحرص في الرسوم على استخدام خطوط كبيرة وواضحة. وبالنسبة للتصميمات المعقدة، يمكن رسمها بخطوط خفيفة بشكل سابق حتى يستطيع المتحدث أن يمر على هذه الخطوط بخط واضح بسرعة وبشكل ينم عن خبرة في أثناء العرض التقديمي
- عدم استخدام اللون الأحمر إلا إذا كان الجمهور صغير العدد؛ حيث يكون من الصعب رؤيته على لوحات العرض المعلقة
- التصرف بحكمة إذا كانت هناك آثار حبر على الورقة؛ فمن الأسهل الانتقال إلى الورقة التالية
- وضع لوحة العرض المعلقة على حامل مرتفع إذا كان الحديث في حجرة طويلة وضيقة، وإلا لن يستطيع الجمهور في الصفوف الخلفية رؤية الأجزاء السفلية من الورق
- الإشارة إلى لوحة العرض المعلقة باليد اليسرى إذا كان المتحدث يقف إلى يمينها، والعكس صحيح. وذلك حتى لا يتحول المتحدث بوجهه تماماً عن الجمهور. وإذا كان المتحدث يفضل استخدام يده اليمنى، فيجب وضع اللوحة إلى يمينه.
- ترك النقاط المهمة معروضة لبعض الوقت؛ فهذه من أهم فوائد اللوحات المعلقة حيث يستطيع المتحدث ترك الهدف من الحديث معلقاً في أثناء الحديث عن النقاط الأخرى، وهو ما لا يحدث عند استخدام الشرائح أو الصور المصممة بالكمبيوتر في العروض التقديمية.
- جعل العرض التقديمي متعدد الوسائل الإيضاحية باستخدام لوحات العرض المعلقة بالإضافة إلى الصور والرسوم الأخرى

كأية وسيلة إيضاح أخرى، يحتاج المتحدث إلى التخلص من لوحة العرض بعد استخدامها. مع ذلك، من الممكن أن يحتاج المتحدث إلى استخدام لوحة العرض المعلقة مرة أخرى في وقت مختلف من الحديث. لهذا، فإن أفضل شيء هو استخدام ورقة فصل بعد كل صورة أو رسم يتم عرضه. ويمكن أن تكون هذه الورقة خالية أو قد تحتوي على رمز أو صورة مرتبطة بالعرض التقديمي بالكامل.

السبورة

تعتبر السبورة وسيلة إيضاح مفيدة إذا كان الجمهور صغير العدد. ويمكن اتباع هذه النصائح:

- اختبار السبورة للتأكد من ثباتها
- التأكد من وجود كمية كافية من الطباشير الأصفر والاحتفاظ بكمية إضافية في جيب المتحدث، حيث إن الطباشير الأصفر أفضل من الأبيض
- استخدام ممحاة رطبة وليست جافة
- الحرص على عدم اهتزاز المؤشر الضوئي في حالة استخدامه مع ضرورة الإشارة إلى النقاط التي يريد المتحدث التأكيد عليها وترك المؤشر عليها للحظة ثم إبعاده
- عمل المتحدث على عدم الكتابة أو الرسم لأكثر من ثوان قليلة في كل مرة، مع الحرص على عدم الحديث في أثناء الرسم. وإذا أراد المتحدث توضيح ما يرسمه، فيجب أن يستدير للجمهور قبل أن يبدأ في التوضيح.
- مسح السبورة كلما انتهى المتحدث من توضيح ما عليها وانتقل إلى فكرة أخرى؛ حتى لا تشتت الرسوم التي تم توضيحها انتباه الجمهور

نصيحة خاصة باستخدام السبورة ولوحة العرض المعلقة

لكي يستطيع المتحدث رسم خطوط مستقيمة ودوائر صحيحة، يجب أن يظلل عليها بالقلم الرصاص أو الطباشير قبل البدء في الحديث ثم يقوم بإعادة الرسم فوق هذه الخطوط في أثناء الحديث. بهذا، سيعتقد الجمهور أن المتحدث ماهر في الرسم مثل "ليوناردو دافنشي".

النماذج

يقتصر استخدام النماذج على مجموعات الجمهور الصغيرة؛ حيث إن النماذج الجيدة عادةً ما تكون غالية الثمن ومكلفة في نسخها، كما أنه في الغالب يكون من غير السهل التعامل معها. وتتطلب النماذج تفصيلاً مستمراً من المتحدث في أثناء عرضها حتى يستطيع توضيحها للجمهور، ولكن هذا يعني أن يتمتع المتحدث بمرونة في الحديث ليستطيع تغيير الحديث حتى يتناسب مع الجمهور. وكما هو الحال مع شرائط الفيديو، يكون استخدام النماذج كأفضل ما يكون إذا تطلب الموقف استخدامها.

عندما يقوم المتحدث بتسليم النماذج والعينات والنشرات المطبوعة أو أية مواد أخرى تستخدم كوسائل إيضاح للجمهور، فإنه يفقد انتباه الجمهور إلى حديثه في هذا الوقت. ولهذا، يجب ألا يعرض المتحدث أية أفكار مهمة جديدة في هذه الأثناء، ويمكن استغلال هذا الوقت في تلخيص أو وصف وسيلة الإيضاح التي يتم توزيعها.

النشرات المطبوعة

تعتبر النشرات المطبوعة من وسائل الإيضاح التي يمكن أن يتعامل معها الجمهور. لذا، يكون من المهم أن يتم استخدام هذه النشرات بطريقة تحافظ على سيطرة المتحدث وتحكمه في الموقف. فيجب على المتحدث أن يوضح للجمهور ماذا سيفعلون بهذه النشرات. كما يجب عدم توزيع هذه النشرات قبل الحديث عن الأفكار التي تحتويها، وإلا سيتقدم الجمهور على المتحدث وبهذا يفقد السيطرة.

عادةً ما يكون هناك احتمالات أكبر لأن يتذكر الحاضرون ما يكتبونه بأيديهم حتى لو لم يقوموا بقراءة هذه الملاحظات مرة أخرى. ولهذا، تعتبر النشرات المطبوعة التي تحتوي على أسئلة وفراغات للإجابة عنها وسيلة جيدة تساعد الجمهور على الاحتفاظ بالمعلومة والهدف من الحديث.

كما أن عد النشرات المطبوعة يوفر الوقت والارتباك ويعطي انطباعًا جيداً عن المتحدث. سيحتاج المتحدث إلى أن يعرف عدد الصفوف وعدد الحاضرين في كل صف. ويجب أن يحاول المتحدث أن يكون مبتكراً في تصميم هذه النشرات مع ضرورة تجنب استخدام القوائم المطبوعة، بل يمكن استخدام رسوم أو صور إذا كانت مناسبة لموضوع الحديث. والقاعدة الرئيسية في استخدام وسائل الإيضاح تنطبق أيضًا على النشرات؛ حيث يجب أن يكون لهذه النشرات هدف واضح وأن تضيف شيئًا لم يستطع المتحدث توصيله بالحديث.

الصور التي توضح الموضوع

تعتبر أفضل وسائل الإيضاح المرئية نوعًا من الإيجاز. فالتخطيطات والرسوم التوضيحية من أكثر وسائل الإيضاح شيوعًا وفعالية بين مصممي الشرائح والأوراق الشفافة الخاصة بجهاز البروجكتور ولوحات العرض المعلقة.

وتتسم التخطيطات بطبيعتها بالمرونة ويمكن أن تعرض رسومًا بيانية (شريطية – دائرية – خطية) كما يمكن من خلالها توضيح العلاقات التنظيمية والأسباب والنتائج وكيفية ارتباط الأحداث ببعضها (التخطيطات الانسيابية) والاستخدام متروك للمتحدث. وسواء أكانت وسيلة الإيضاح رسمًا تخطيطيًا أو صورة متحركة أو خريطة أو عملاً فنيًا، فجميع هذه الأشكال تجعل من وسيلة الإيضاح المرئية شيئًا مرئيًا بحق كما أنها تجعلها لا تظهر على أنها مجرد شكل مكتوب مما يتم قوله.

استخدامات أخرى لوسائل الإيضاح

تعتبر وسائل الإيضاح المرئية – وخاصةً لوحات العرض المعلقة – مفيدة في الاجتماعات والحوارات مع العملاء. وذلك حيث إنها تساعد على توضيح الأفكار وتأكيدها وتوضح مدى خبرة المتحدث واستعداده الجيد. سوف يكون لوسائل الإيضاح المرئية تأثير لأن القليلين فقط يستخدمونها في مثل هذه المواقف. وللتأكد من ذلك، يمكن مشاهدة رد فعل الناس عند استخدام وسيلة إيضاح في اجتماع موظفين مثلاً.

تحذير أخير

وقف "بيل جيتس" – مؤسس شركة Microsoft – على المسرح أمام العالم أجمع ليعرض أحدث ابتكاراته في عالم البرمجيات حينئذٍ – وهو نظام التشغيل Windows 98 وكان هو وزميل له يوضحان مدى سهولة إضافة الحدود إلى البرنامج، وقام زميله بتوصيل الماسح الضوئي إلى جهاز الكمبيوتر وانتظر أن تظهر هذه الرسالة "لقد تم تحميل الأداة الجديدة"، ولكن ظهرت بدلاً منها رسالة "خطأ في التشغيل" بعد أن أصبحت الشاشة زرقاء. لقد كان هناك خطأ في التحميل ولم تعمل البرامج الرسومية التي كان سيستعين بها. فإذا كان أغنى رجل في العالم – الرجل الذي اخترع معظم ما نستخدمه اليوم من برامج الكمبيوتر – قد واجه مشاكل في استخدام وسائل الإيضاح المرئية، فمن المحتمل أن يواجه أي متحدث آخر مشكلة محرجة أو أكثر.

هناك قاعدة مؤداها أنه إذا كان هناك أي احتمالات لحدوث خطأ في أمر ما، فإنه سيحدث. ولمساعدة المتحدث في مواجهة هذه القاعدة وعدم حدوث الخطأ، يمكن استخدام القائمة التي سيرد ذكرها فيما بعد؛ وبهذا يكون المتحدث مستعداً.

كما أن لأشبال الكشافة شعارهم "كن مستعداً دائمًا"، فيجب أن يكون للمتحدث الذي يستخدم وسائل إيضاح شعاره أيضًا "احتفظ بخطة بديلة دائمًا". يمكن أن تكون وسائل الإيضاح أدوات مبهرة، ولكن يجب ألا يشعر المتحدث أنه إذا لم يستخدمها فلن يكون حديثه فعالاً. وعلى كل حال، يجب أن يكون المتحدث قادراً على إلقاء الحديث دون استخدامها.

سيكون الحديث فعالاً وتلقائيًا ومميزاً إذا أحسن المتحدث استخدام وسائل الإيضاح. ويمكن لمتحدث بارع أن يكون حديثه بمثل هذه الصفات إذا كانت كلماته قوية. ولكن عادةً ما يفضل المتحدثون البارعون استخدام وسائل الإيضاح مما يزيد من تميز الحديث. وسيعرض الفصل القادم كيفية التأكيد على تميز الحديث ومرونة العرض عن طريق التحكم في العوامل البيئية التي تؤثر على الحديث بشكل عام وعلى وسائل الإيضاح بشكل خاص.

نصائح مهمة: وسائل الإيضاح المرئية المبتكرة

١- ناقش وسائل الإيضاح المرئية التي يمكن أن تستخدمها في عرض تقديمي توجيهي به بعض الفكاهة حول العيوب أو الأخطاء التي يمكن حدوثها عند استخدام وسائل الإيضاح المرئية. ضع مخططًا تقريبيًا للعرض التقديمي وحدد كيفية تناول كل نقطة من النقاط.

٢- تخيل أن عليك أن تقوم بإلقاء خطاب مدته ثلاث دقائق تقوم فيه بتوجيه الموظفين الجدد. قم بتوضيح وسائل الإيضاح المرئية التي ستستخدمها وسبب اختيارها.

٣- تعهد أمام نفسك أنك خلال الستة أشهر القادمة ستحاول استخدام كل أنواع وسائل الإيضاح المرئية. سوف يزيد ذلك ما تتمتع به من ثقة ومرونة. حاول استخدام وسائل إيضاح ذات وسائط متعددة (على الأقل نوعين مختلفين من وسائل الإيضاح المرئية) في العرض التقديمي القادم.

استبيان خاص باستخدام وسائل الإيضاح المرئية

هذه قائمة ببعض الأسئلة التي يمكن للمتحدث استخدامها قبل كل عرض تقديمي للتأكد من أن وسائل الإيضاح المرئية التي سيستخدمها مرتبطة بالحديث وفعالة وتفيد في توصيل المغزى من الحديث.

	نعم	لا
١- هل تساعد وسائل الإيضاح المرئية المستخدمة في تدعيم الحديث؟		
٢- هل يمكن التوضيح بإيجاز الهدف من كل وسيلة إيضاح مرئية؟		
٣- هل وسائل الإيضاح المرئية واضحة وبسيطة؟		
٤- هل يستطيع جميع أفراد الجمهور رؤية وسائل الإيضاح؟		
٥- هل تم ترقيم وسائل الإيضاح؟		
٦- هل تم ترتيب وسائل الإيضاح؟		
٧- هل تم التعامل مع أي احتياجات إضافية (مثل لوحات العرض المعلقة)؟		
٨- هل هناك خطة بديلة؟		
٩- هل تم التدريب على التحدث إلى الجمهور وليس إلى وسيلة الإيضاح؟		
١٠- هل تم تحديد طريقة لتوجيه الجمهور بوضوح من خلال كل نقطة في وسائل الإيضاح؟		
١١- هل تم الاستعداد لتوضيح كل خطوة بكلمات بارزة بدلاً من قراءتها حرفيًا من وسيلة الإيضاح؟		
١٢- إذا كان سيكون هناك استخدام للشرائح وإظلام للحجرة، فهل تم التدريب على المزيد من التنويع في الصوت؟		
١٣- إذا كان هناك استخدام للنشرات المطبوعة، فهل تم عدها والتأكد من طريقة توزيعها؟		
١٤- هل تم التسجيل في بطاقات متى سيتم إطفاء الأنوار وإضاءتها في كل وسيلة إيضاح؟		
١٥- هل تم تحديد وقت توزيع النماذج أو العينات بدقة لتجنب تشتيت انتباه الجمهور؟		
١٦- هل تم الاستعداد لمواجهة الأخطاء؟		

الجزء الرابع

إتقان استخدام الأساليب الفعالة في الحديث

الفصل الخامس عشر

استخدام لغة بسيطة لضمان الإقناع

ما الفرق بين حديث ممتع ومفيد وحديث متميز؟ وبين حديث يفي بالغرض فقط وحديث يُمتع الروح؟ وما الفرق بين حديث يستمع إليه الجمهور ولا يكون له نتيجة وحديث يُقنع من يسمعه بتغيير أفكاره؟

إن كل ما تم الحديث عنه فيما سبق في هذا الكتاب يساعد أي شخص على إلقاء حديث جيد وفعال. لكن لماذا نتوقف عند هذه الأساسيات؟ لم يعد هناك إلا خطوات قليلة فقط للوصول إلى القدرة على الإقناع والتأثير في المستمعين. إن الفرق بين حديث جيد وحديث متميز هو اللغة.

لكن يجب ألا يقلق المتحدث؛ فالمقصود باللغة هنا ليس القواعد النحوية والمفردات، بل الطريقة التي يتمكن بها المتحدث من استخدام لغة بسيطة وعادية. سيوضح هذا الفصل بعضًا من أفضل الطرق لجعل اللغة التي نستخدمها في حياتنا اليومية جذابة ومقنعة في الوقت نفسه.

تجنب استخدام صيغة المبني للمجهول

يعتبر اختيار صيغة المبني للمعلوم – بدلاً من صيغة المبني للمجهول – خطوة مهمة للوصول إلى حديث فعال، وتعتمد صيغة المبني للمعلوم على الأفعال؛ فعلى سبيل المثال، يعتبر أسلوب "جرى الولد" أكثر فعالية من "شوهد الولد يجري". إن صيغة المبني للمعلوم تشتمل على فاعل واضح، وفي الأحاديث، عادةً ما يكون الفاعل هو المتحدث نفسه. وفي صيغة المبني للمعلوم، يكون التركيز على من قام بالفعل (على سبيل المثال: رفض الرئيس فكرة "جون"). أما في صيغة المبني للمجهول، فيكون التركيز على من وقع عليه الفعل (على سبيل المثال: رُفضت فكرة "جون" من قبل الرئيس).

يجب أن يتخيل المتحدث صورة في ذهنه لما يريد أن يقول وأن يصوغ ذلك بشكل أكثر بريقًا وجرأة. وإذا كان المتحدث يريد أن يظل حديثه عالقًا في الأذهان، فيجب عليه الإفصاح والتصريح المباشر بالهدف من الحديث، عن طريق استخدام صيغة المبني للمعلوم. وبهذا،

سيصل الجمهور سريعًا إلى الهدف ويجد متعة في الاستماع للحديث. أما إذا لم يكن المتحدث بارعًا ولم يستطع جذب انتباه الجمهور، فإنه سيستخدم أساليب مستترة في الإفصاح عن الهدف من الحديث والتي تتمثل في صيغة المبني للمجهول.

إن صيغة المبني للمعلوم تعطي للفاعل المسئولية، أما صيغة المبني للمجهول فتجعله بعيدًا عن المسئولية. على سبيل المثال، إذا استخدمت صيغة المبني للمجهول، وقلت: "يجب أن تكون الأطباق قد غسلت قبل الذهاب"، فمن سيكون المسئول عن غسلها؟ إن من الصعب تحديده. وفي حالة استخدام صيغة المبني للمعلوم "يجب عليك غسل الأطباق قبل أن تذهب"، فلن يكون هناك تساؤل عن المسئول عن غسلها. كما أن المتحدث يتحمل المسئولية عندما يقول: "أنا أرى" أو "أنا أعتقد"، أما استخدام صيغة المبني للمجهول بأن يقول المتحدث: "من المُعتقد" بدلاً من "أنا أعتقد" يجعله بعيدًا عن المسئولية، كما أنه يجعل الحديث مملاً.

إن استخدام صيغة المبني للمعلوم يجعل الطريق مختصرًا أمام المتحدث للوصول إلى هدفه؛ وهذا لا يعني ألا يستخدم المتحدث صيغة المبني للمجهول على الإطلاق. إن هناك بعض الحالات قد يستخدم فيها المتحدث صيغة المبني للمجهول عندما يريد أن يُبطئ من طريقة حدوث الفعل أو عند رسم صورة أو عند استخدام إيقاع مختلف في الحديث.

تجنب بعض التعبيرات والكلمات

في الحديث الفعال، يجب التخلص من الكلمات والعبارات التي تعمل على إضعاف اللغة. تجدر الإشارة إلى أن هذه العبارات يستخدمها الناس في كل مكان دون إدراك وهي مثل: "ربما" أو "أعتقد أنه قد يكون". ويستخدم المتحدثون المفتقدون للبراعة كلمات مثل: "إنه يبدو مثل" أو "أنتم تعرفون"، كما تجد كثيرًا في كلامهم تعبيرات مثل: "نوعًا ما" و"إلى حد ما". وعند المقارنة بين قول: "آمل أن أفعل هذا من أجلك" وقول: "أعرف أنني أستطيع أن أفعل هذا من أجلك"، نجد أن تغييرًا بسيطًا يمكن أن يحدث اختلافًا كبيرًا. وإذا كان المتحدث متحمسًا لفعل شيء، فيجب استخدام كلمات مؤثرة؛ حيث إن عبارة مثل: "أنا أعتقد" ليست مؤثرة وهي تعمل على إضعاف باقي الحديث حتى إذا كان ما سيأتي بعدها تأكيدًا على فكرة ما. إن استخدام عبارة مثل: "هذا هو أفضل حل" أكثر تأثيرًا من "أنا أعتقد أن هذا هو أفضل حل".

لقد استطاع بعض علماء الاجتماع تحديد أسلوب معين يتميز به الحديث غير الفعال؛ حيث إن استخدام كلمات التأكيد مثل (جداً وقطعًا وبالتأكيد) تؤدي عكس ما يفترض أن تعنيه. إن هذه الكلمات تعمل على إضعاف الصفات الوصفية التي تأتي معها في الحديث بشكل أكثر مما لو استُخدمت هذه الصفات بمفردها. فعبارة مثل: "السيارة سريعة" أكثر قوة من عبارة "السيارة سريعة جداً".

عادةً ما يظهر التردد في حديث المتحدثين المفتقدين للبراعة؛ حيث يستخدمون بعض الألفاظ مثل: "آه" و"حسنًا" للانتقال من فكرة إلى أخرى. كما أن التهذيب الزائد عن الحد يظهر في حديثهم وغالبًا ما يستخدمون كلمات مثل: "سيدي" و"من فضلك". وبالطبع، التهذيب مطلوب في الحديث، ولكن التهذيب الزائد عن الحد يجعل المتحدث يظهر كما لو كان مرتبكًا وخائفًا من أن ما سيقوله به خطأ. وإذا كان أسلوب المتحدث يظهر فيه الشك فيما يقوله، فلن يثق الجمهور به.

الحذر في استخدام الكلمات

من الممكن أن يؤدي الإكثار من استخدام العبارات الشارحة والموضحة في وسط الجملة (والتي يمكن الاستغناء عنها) إلى إضعاف اللغة إلى الحد الذي يزيد من احتمالات نسيان الحديث. ويوجد أسلوب آخر على القدر نفسه من السوء، وهو الأسلوب الذي يستخدمه السياسيون وعلماء الاجتماع عندما يُظهرون اهتمامهم أو يريدون التأثير على غيرهم، وأنا أسمي هذا الأسلوب الثرثرة في الحديث. ويعتمد هذا الأسلوب على استخدام الكثير من الكلمات التي تحتوي على القليل من المعاني. ومن الأمور السلبية أنه لا يقتصر استخدام هذا الأسلوب على المتخصصين؛ حيث نجد أن بعض الناس يكون لديهم إحساس بضرورة استخدام الكلمات الرنانة للتأثير على المستمعين. في الواقع، اللغة المؤثرة هي اللغة البسيطة والمباشرة.

يجب على المتحدث الجيد أن يتجنب استخدام هذا الأسلوب الرنان في الحديث، ويمكن ذلك بإتباع الخطوات التالية:

- استخدام الكلمات ذات المقطع الواحد؛ فهي أكثر تأثيراً من الكلمات ذات الثلاثة مقاطع أو أكثر.
- توضيل الهدف من الحديث بأقل الكلمات

- استخدام الكلمات الشائعة بدلاً من الكلمات الشاذة والعبارات المتخصصة
- تجنب استخدام صيغة المبني للمجهول واستخدام الكثير من الأفعال المبنية للمعلوم بدلاً منها
- عدم المراوغة في الحديث حيث يجب أن يكون المتحدث صريحًا

عادةً ما يكون لهذه اللغة الرنانة مصادر بيروقراطية؛ فنجد أن أسلوب التعامل في المكاتب الحكومية يميل لاستخدام هذا الأسلوب، بالإضافة إلى استخدام العديد من الأساليب المعقدة مما يؤدي إلى تعقيد الإجراءات على المواطنين.

إن أسوأ شيء في هذا النوع من الأسلوب أنه متى بدأ المتحدث في استخدامه، فمن السهل أن يستمر في استخدامه طوال الحديث؛ حيث إن استخدام جملة معقدة يؤدى إلى جملة أخرى معقدة وهكذا. وبهذا، يكون الحديث كله بهذا الأسلوب الرنان وسيجد الجمهور صعوبة في الإنصات والاستيعاب.

استخدام الكلمات الصحيحة والمناسبة

يجب التأكيد على فكرة كنت قد أوضحتها من قبل وهي: إن كل فرد – بغض النظر عن كلماته – يمكن أن يصبح متحدثًا متميزًا؛ فليس شرطًا أن يعرف المتحدث كلمات غريبة أو معقدة حتى يستطيع استخدام أسلوب لغوي مؤثر. إن أهم شيء هو أن يستخدم المتحدث الكلمات التي تناسبه وأن يستخدمها بأسلوب واضح ومبتكر.

أما إذا استخدم المتحدث كلمات معقدة، فيجب أن يكون معتادًا على استخدامها مدركًا لمعناها. على سبيل المثال، لقد نسي رئيس فريق كرة القدم هذه القاعدة عندما كان يقدم لاعبًا جديدًا فقال: "إن تأثيره على اقتصاد الدولة سيكون غير ممكن ... أقصد غير مفهوم ... أقصد غير منطقي. حسنٌ، هذا هو اللاعب". إن استخدام إحدى الكلمات في غير موضعها في محاولة للظهور بمظهر المثقف قد أدى إلى وقوع العديد من المتحدثين في خطأ إساءة استخدام الألفاظ.

بصفة عامة، ليس استخدام الكلمات المعقدة فقط هو الذي يؤدي إلى المشاكل. فمن المعروف جيدًا عن السياسيين أنهم أحيانًا ما يستخدمون الكلمات في غير مواضعها المناسبة. على سبيل المثال، قال عمدة إحدى المدن ذات مرة: "إن الشرطة ليست موجودة لإحداث الفوضى، ولكنها موجودة للمحافظة على الفوضى". وكثيرًا ما يحدث هذا الخطأ أيضًا في حديث العديد من الرؤساء.

في بعض الأحيان، يمكن للمتحدث استخدام الخطأ في النطق بغرض الترفيه. وفي هذه الحالة، يستخدم المتحدث كلمة مفاجئة وتأتي في نهاية الجملة، وبعد ذلك، يمكن الرجوع إلى سياق النص.

مراعاة مكان وضع الكلمات

تأتي فعالية الحديث من استخدام العبارات المؤثرة، كما أنها تأتي من كيفية استخدام هذه العبارات. ويستخدم المتحدثون البارعون أسلوبًا فعالاً يستخدمه المحامون المهرة – وهم الذين يمكنهم إقناع الجمهور وتغيير آرائهم. ويُعرف هذا الأسلوب باسم نظام الأولوية والحداثة ويقوم على ميل الناس لتذكر بداية الحديث ونهايته.

بسبب وجود هذا الميل عند المستمعين، يهتم المتحدثون بوضع المعلومات المهمة في بداية ونهاية كل جملة وفقرة من الحديث. وما يأتي من المعلومات في منتصف الحديث، فإن الجمهور لا يتذكره؛ حيث يكون تركيز الجمهور في أعلى درجاته مع الكلمة الأولى.ويتبدد هذا التركيز في أثناء الحديث ثم يبدأ في العودة إلى قمته مع آخر كلمة أو عبارة. فإذا قال المتحدث: "إن رئيسي عادل ومتحفظ ومراعٍ لشعور الآخرين وكريم"، فلن يتذكر الناس إلا الكامة الأولى والأخيرة. ويستثنى من هذه القاعدة العبارات التي يتم فيها استخدام الإيقاع الموجود في القصائد الشعرية. ويمكن الاستماع إلى الممثلين الهزليين الذين يستخدمون عادةً هذا الإيقاع في كلامهم.

لا يوجد إجماع عالمي حول ما إذا كانت بداية الحديث أكثر قوة وتأثيرًا أم نهايته. وطبقًا لنظام الأولوية، يجب على المتحدث البدء بأقوى العبارات. من ناحية أخرى، يوجد نظام الحداثة وفيه يجب على المتحدث الانتهاء باستخدام أكثر الكلمات تأثيرًا. وعادةً ما يُوصي المتحدثون باستخدام أكثر الأفكار تأثيرًا في البداية والانتهاء بالفكرة التي تليها في التأثير.

استخدام الكلمات التي لها صدى في النفوس

هناك مكونان رئيسيان لصياغة حديث فعال، وهما: التخلص من الكلمات التي تحول الانتباه عن الهدف من الحديث، واستخدام اللغة التي برغم كونها بسيطة فإن لها أثرًا في النفوس. وعادةً ما يستخدم المتحدث البارع اللغة بالطريقة نفسها التي يستخدمها الشعراء؛ حيث يستخدم الخيال في رسم صور ذهنية، وتكرار الألفاظ لجعل الأفكار تثبت في الذهن، وإيقاع الصوت لإثارة المشاعر.

إن الأمر الأساسي للوصول إلى استخدام لغة مؤثرة هو العلم بأن للكلمات مدلولاً يفوق مجرد معناها الأساسي؛ فالكلمات يكون لها محتوى عاطفي أيضًا؛ وهذا ما يؤثر على الناس. لذا، يجب اختيار الألفاظ والعبارات التي يكون لها أثر في النفوس؛ بحيث تبقى عالقة في الأذهان لفترات طويلة.

تأثير الكلمات على المشاعر

إن كلمات مثل الخوف والحب والغضب والعطف لها تأثير قوي على كل إنسان؛ وإذا أراد المتحدث أن يؤثر على جمهوره، فيجب عليه أن يبحث عن لغة تثير مشاعر الناس بشرط ألا تكون هذه الإثارة صارخة أو واضحة. وأفضل أنواع هذه الإثارة هي التي تكون مستترة، ويمكن للمتحدث القيام بذلك باستخدام عبارات مؤثرة – مجموعة من الكلمات البارزة التي تهز المستمعين وتظل في أذهانهم. بشكل عام، تلمس هذه العبارات أحاسيس إنسانية أساسية مما يساعد المستمع على تأييد أفكار المتحدث؛ فمن يجمع التبرعات للأطفال الذين ليس لهم مأوى، يمكن أن يقول: "تخيلوا ماذا سيكون شعوركم إذا لم يكن لديكم منزل؟"

ذات مرة، عندما أنهى "إبراهام لينكولن" خطابه، كانت الدموع تتساقط من عيون الجمهور. لكن الدموع ليست المقياس الوحيد – أو حتى الأكثر أهمية – للتأثر العاطفي. فالضحك عاطفة أساسية أيضًا، ويمكن أن يكون هناك تأثير قوي لبعض العبارات المضحكة.

ولا يجب التقليل من أهمية الأسلوب الخطابي البلاغي وقدرته على التأثير على الجمهور، وترجع هذه القدرة على التأثير لقرون عديدة. فقد اشتهر العديد من الخطباء على مر العصور بالبلاغة في اختيار الألفاظ وتنسيقها، كما كان لخطبهم تأثير فعال على الجمهور. وعلى الرغم من أنه – من دون شك – لا يكون لدى الناس في مجال العمل استجابات شديدة القوة، فإنه من المفيد أن ندرك أن الكلمات يمكن أن تثير المشاعر حتى في أكثر الأحاديث روتينية. فالمتحدث البارع يتمتع بالقدرة على استخدام الكلمات.

الكلمات الأكثر إقناعًا في الحديث

عندما يهدف المتحدث إلى إثارة المشاعر، فإنه سيجد هذه الكلمات التي يستطيع استخدامها ليكون حديثه أكثر تأثيرًا. وفيما يلي ١٢ كلمة يرى البعض أنه يكون لها تأثير كبير عند استخدامها في الحديث:

١- **اكتشاف:** وهذه الكلمة تعمل على توصيل الإحساس بالإثارة والمغامرة، فلو قال المتحدث للجمهور أنه يريد أن يجعله يشترك معه في اكتشافه، إنه بهذا يبدأ في إثارة حماسه.

٢- **سهولة:** هناك العديد من الناس ممن هم كسالى ودائمًا ما يبحثون عن حلول سريعة وسهلة، وهناك العديد من الكتب التي تلاقي نجاحًا ساحقًا لأنها تستخدم هذه الكلمة في العنوان.

٣- **ضمان:** إن الناس بطبعهم دائمًا يترددون في استخدام أي شيء جديد لوجود مخاطرة في ذلك، ويمكن للمتحدث التغلب على هذا الخوف بأن يقوم بالتأكيد على ضمان شيء ما؛ وبهذا يستطيع المتحدث إقناع الجمهور بما يريده.

٤- **الصحة:** إن الحفاظ على النفس من أقوى الدوافع البشرية، وعادةً ما ينجذب الناس إلى أي شيء يُحسن من أحوالهم الصحية أو يجعلهم يشعرون بتحسن عام.

٥- **الحب:** هو الشعور الذي لا نستطيع أن نعيش دون وجوده، وهو الكلمة التي تعمل على تحريك كل الأحاسيس والمشاعر.

٦- **المال:** عادةً ما يتجاوب الناس مع فكرة الحصول على المال.

٧- **جديد:** إن امتلاك شيء جديد مع إدراك أنه جديد له تأثير جوهري، ودائمًا ما يحاول المتحدثون أن يشتمل حديثهم على حقائق وأرقام جديدة.

٨- **مجرب:** وهذه كلمة أخرى تشتمل على عدم المخاطرة؛ فإن الحديث عن شيء تمت تجربته، يؤكد للمستمعين أن هذا الشيء تم اختباره والتأكد من فعاليته.

٩- **نتائج:** وهذه من الكلمات الأساسية؛ حيث إنها توضح للجمهور ما سيحدث له وما يمكن أن يتوقعه.

١٠- **السلامة:** وهذه من الأفكار التي تريح الناس في كل الأحوال والمواقف.

١١- **توفير:** حتى أكثر الناس ثراءً يبحثون عن التوفير؛ فليست فكرة الحصول على المال هي التي تجذب الناس فقط، بل فكرة توفيره أيضًا.

١٢- **أنتم:** وهذه هي أهم كلمة، فعادةً ما يلجأ المتحدث البارع إلى تجسيد حديثه واستخدام ضمير المخاطب. علاوةً على ذلك، يجب تجنب استخدام الضمائر

الشخصية كثيراً – أنا ونحن – بالإضافة إلى ضرورة تجنب استخدام هذه العبارة الشائعة: "إن الحديث اليوم عن ..." ويمكن استخدام عبارة: "إن حديثكم اليوم عن ..." بدلاً منها؛ حيث إنها تؤكد على استخدام ضمير المخاطب في الحديث. فلا يمكن تحفيز الجمهور أيضًا إذا لم يقم المتحدث بمخاطبتهم بأسلوب مباشر.

استخدام التعبيرات المؤثرة

تشترك التعبيرات المؤثرة مع الكلمات المؤثرة في قدرتها على جذب الانتباه سواء أكان ذلك بوعي أم دون وعي. وهذه هي بعض التعبيرات التي تجذب انتباه الجمهور للاستماع إلى ما يليها: "إليكم كيفية الاستفادة من ذلك" و"هذه هي النتائج التي تنتظرونها" و"سيجيب ذلك عن تساؤلكم" و"لدي خطة جديدة سأعرضها عليكم" و"ستكتشفون كيف يمكنكم فعل ..."

استخدام الأساليب البيانية

كل العبارات المؤثرة تستثير الخيال؛ حيث إن الخيال يساعد المستمعين على الاستيعاب والتذكر. وإذا أراد المتحدث أن يشرح فكرة، فيجب عليه أن يرسم لها صورة ذهنية في خيال مستمعيه؛ حيث إن مهمة المتحدث هي حث الناس على التخيل والتفكير والشعور. علاوةً على ذلك، فإن الحديث عن شيء يشتاق الناس إليه يجعلهم يشعرون بالدفء والحرارة والراحة والانتعاش. وهناك العديد من الأساليب اللفظية التي يستخدمها المتحدث لرسم صور ذهنية في خيال الجمهور، وأفضل هذه الأساليب الاستعارة والتشبيه.

ويتشابه هذان الأسلوبان الجماليان مع بعضهما، ولا يجد معظم المتحدثين ضرورة في التمييز بينهما. إن الغرض من هذين الأسلوبين واحد وهو تكوين صورة معبرة وحية باستخدام الكلمات وذلك حيث يعمل كل من الاستعارة والتشبيه على تحويل الشيء من صورة إلى أخرى. ومن الاستعارات التي استخدمها "جون كيندي" لوصف إحدى الشخصيات "ما زال الإنسان هو الكمبيوتر الخارق للعادة." وهذه الأساليب سريعة وفعالة؛ فهي تعمل على بث الطموح عند الجمهور.

وعندما يستخدم المتحدث استعارة أو تشبيهًا، يجب أن يتأكد من أنها تتناسب مع الجمهور وأسلوب الحديث. كما يجب أن يبذل قصارى جهده لتكون هذه التشبيهات أو الاستعارات غير تقليدية؛ حيث إن التشبيهات والاستعارات المحفوظة ضعيفة التأثير. ولهذا،

يجب أن يحاول المتحدث تجربة أساليب جديدة؛ حيث إن الأساليب البلاغية غير التقليدية تجذب انتباه الجمهور وتجعل الصورة ثابتة في الأذهان.

يجب ألا يخلط المتحدث بين الصور الخيالية؛ فهذا الخلط يجعل التشبيه أو الاستعارة صورة مشوشة في أذهان الجمهور.

تعتبر الاستعارة تشبيهًا مستترًا؛ فهي أقل وضوحًا منه، ففي التشبيه، يقارن المتحدث بين شيئين باستخدام روابط واضحة مثل (شبيه ومثل والكاف). ويجب أن يكون كل من الاستعارة أو التشبيه جاذبًا للانتباه، ويرسم صورة حية عن شيء ما.

عادةً ما يستخدم الناس التشبيه والاستعارة في كل المواقف والأحاديث؛ حيث نجد أن السياسيين يستخدمون هذه الأساليب. ولقد سمعت ذات مرة سيدة تتحدث أمام مجموعة من الناس قائلة: "إن قصصي تشبه الجبن الرومي؛ حيث تزداد قيمتها مع مرور الوقت."

إن هناك أسلوبًا جماليًا آخر يمكن أن يستخدمه المتحدث لصياغة صور ذهنية رائعة، وهو المبالغة؛ وتكون هذه المبالغة لهدف. وعندما يستخدم المتحدث هذا الأسلوب، يجب أن يعمل على أن يجذب انتباه الجمهور. على سبيل المثال، قد يبالغ أحدهم في وصف مهارة أحد الباعة قائلاً: "يمكنه أن يبيع ثلاجات للإسكيمو".

عقد المقارنات التي تتناسب مع الحديث

تعتبر المقارنات من أكثر الأساليب إفادة للمتحدث في توضيح المعنى؛ حيث إنها تساعده على شرح فكرة جديدة بمقارنتها بشيء شائع وبسيط. ويجب أن تعطي المقارنة صورة مختصرة عن ضرورة الاقتناع بهذه الفكرة الجديدة.

عادةً ما تكون هذه المقارنات مفيدة للمتحدث الذي يريد تقديم معلومات متخصصة أو علمية. فعندما يقارن المتحدث بين شيء معقد وشيء عادي وشائع، يساعد ذلك المستمعين على فهم ما هو معقد من خلال الربط بينهما. ومن المقارنات الفعالة تلك التي استخدمها أحد المتحدثين لمقارنة الكمبيوتر بالسكرتيرة. وهناك العديد من الأساليب الجمالية الأخرى التي يستخدمها المتحدثون لصياغة صور ذهنية مؤثرة مثل الكناية والحكايات والقصص الرمزية والإشارات والتجسيد.

المحسنات البديعية

هناك العديد من الأساليب الأخرى البارزة التي تجذب الانتباه. ومن هذه الأساليب الاستفادة مما لأصوات الحروف من جرس يتضح باستخدام المحسنات البديعية التي تعطي الأصوات انطباعًا قويًا. فمن المحسنات البديعية التي يستخدمها المتحدثون الجناس الاستهلالي (وهو استخدام كلمات تبدأ بنفس الحرف)، وذلك لغرس العبارة في أذهان المستمعين. وكان "ونستون تشرشل" رئيس الوزراء البريطاني الأسبق أشهر من كان يستخدم هذا المحسن البديعي ببراعة. ويستطيع المستمعون تذكر العبارات التي تشتمل على الجناس أو غيره من المحسنات وتكون فيها الأسماء والأفعال بسيطة ومباشرة. وعادةً ما يقتنع الناس بمثل هذه العبارات.

إن هناك أسلوبًا بديعيًا آخر له تأثير قوي على المستمع وهو التكرار أو التوكيد اللفظي. فتكرار الكلمات يصنع أسلوبًا بديعيًا يثير حماس المستمع، كما يكون لإيقاع الصوت تأثير فعال. جدير بالذكر أن "تشرشل" كان عادة يستخدم هذا الأسلوب لتكوين صورة موحية في أذهان المستمعين.

اقتباس الأساليب الفصيحة

إن الاتجاه في الأحاديث في عصرنا الحالي مثير للجدل أكثر من الأسلوب الخطابي القديم الذي كان يستخدم في تحريك الحروب. مع ذلك، فإن الحديث المؤثر غالبًا ما يتسم بالفصاحة والبلاغة. فمن الممكن أن تكون بعض العبارات المؤثرة المنتقاة هي الإضافة التي يحتاج إليها الحديث ليكون مميزًا يسهل تذكره، وليس فقط يسهل الاستماع إليه.

إن هناك طريقة واحدة لتحقيق البلاغة في الحديث، وهي الاقتباس من الأحاديث البليغة السابقة. على سبيل المثال، عندما سُئل "إسحاق نيوتن" كيف استطاع رؤية الأشياء بهذا الوضوح قال: "يمكنني الوقوف على أكتاف رجال مثل جاليليو". بالمثل، يمكن للمتحدث البارع أن يستفيد من أقوال بعض المشاهير بالبلاغة والفصاحة والتأثير على الجماهير ويقتبس أجزاءً مناسبة منها. إن اقتباس عبارة بليغة من شخص آخر في موضوع ما يحقق شيئين: الإضافة إلى بلاغة الحديث وإعطاء مصداقية لما يقوله المتحدث. وتأتي هذه المصداقية من إدراك الجمهور أن هناك آخرين ممن لهم شأن بارز مؤيدين للأفكار نفسها التي يتبناها المتحدث، مما يضفي عليه مصداقية.

عندما يختار المتحدث الأقوال المقتبسة لإثراء حديثه، فيجب أن يكون ذلك بحس إبداعي، مع ضرورة تجنب استخدام العبارات نفسها التي سمعها مراراً وتكراراً. كما يجب أن يقرأ أحدث المصادر للبحث عن العبارات البليغة التي يستطيع أن يستخدمها لتدعيم حديثه. وبشكل عام، يجب أن يتذكر المتحدث أنه عندما يختار قولاً لشخص مشهور، فإنه لا يستفيد من كلمات هذا الشخص فقط، بل يستفيد أيضًا من شهرته.

تهدف كل الأساليب الجمالية إلى الشيء نفسه، وهو استخدام أقل الكلمات لصياغة صور ذهنية حية والتأثير على الأحاسيس والبقاء في ذهن الجمهور. وإذا استطاع المتحدث استخدام قدرته اللغوية بكفاءة، فسيعتقد الناس أنه متحدث بارع بقدر براعة اللغة التي يستخدمها. وكما قال "ماي وست": "ليس المهم ما أقوله، ولكن كيف أقوله". من المهم كذلك ما تقوم به بينما تتكلم. وسيساعد الفصل القادم المتحدث على اكتساب القدرة على التواصل غير اللفظي الذي يميز شخصية المتحدث بقدر وسرعة ما ينتج عن أي شيء يقوله.

نصائح مهمة: اللغة المؤثرة

١- قم بصياغة أسلوب تشبيه أو استعارة لتوضيح ما تشعر به في أثناء ازدحام المرور وعند تأخر رحلة الطيران وعند تعطل جهاز الكمبيوتر.

٢- فكر في أحد الإجراءات المعقدة في مكتبك وقم بعمل مقارنة بسيطة يمكن من خلالها توضيح هذا الإجراء.

٣- ضع عنوانًا لعرض تقديمي عن أهمية العمل الجماعي يتم فيه استخدام الجناس الاستهلالي.

٤- تعرف على مرادفات للكلمات الاثنتي عشرة الأكثر إقناعًا للمستمعين المذكورة من قبل في هذا الفصل.

الفصل السادس عشر

استخدام لغة الجسد بصورة فعالة

على الرغم من أن القدرة اللغوية قد تجعل الناس يلاحظون كلمات المتحدث، فإن لغة الجسد تؤثر على الحديث منذ اللحظة التي يظهر فيها المتحدث أمام الجمهور. هل استمعت ذات مرة إلى أحد المتحدثين بينما يناقش موضوعاً يهمك، ولكن كان أسلوب العرض التقديمي غير متقن حتى أنك لم تستطع تصديق ما يقوله؟ إذا لم تكن لغة الجسد متوائمة مع الكلمات، فلن يكون الهدف من الحديث واضحاً، وسيتأثر الناس بلغة الجسد، وليس بما يسمعونه من كلمات.

عادةً ما يبدأ الناس في الحكم على المتحدث استناداً إلى لغة الجسد منذ أول دقيقة يشاهدون فيها المتحدث. حيث إن لغة الجسد لها القدرة على توصيل الثقة أو العكس بصورة أسرع من الكلمات. وقد يتطلب الأمر استخدام العديد من الكلمات البراقة لتغيير انطباع الجمهور عن ضعف المتحدث والناتج عن لغة الجسد، ويُدرك المتحدث البارع أنه لا يجب عليه أن يُجيد التعامل مع الكلمات فقط، ولكن يجب عليه أيضاً أن يُجيد استخدام أساليب التواصل غير اللفظي بصورة فعالة أمام الجمهور.

لقد أوضح أحد الباحثين أن الجمهور يبني حكمه على المتحدث من خلال ثلاثة روافد: ٥٥ في المائة عن طريق البصر (أي لغة الجسد) و٣٨ في المائة عن طريق الصوت، و٧ في المائة عن طريق الألفاظ. ويبني الجمهور حكمه – الذي يصعب تغييره بعد ذلك – عن المتحدث منذ اللحظة التي يقف فيها أمام الحاضرين والمذيع يقوم بتقديمه، ثم وهو يمشي على المسرح لبدء حديثه. باختصار، يمكن القول إن المتحدث نفسه قد يكون أفضل وسيلة إيضاح يستطيع الاستعانة بها أو قد يكون أسوأ وسيلة.

ينتج استخدام لغة الجسد بصورة سلبية عن العصبية أو نقص الإعداد. فإذا كان المتحدث مستعداً بشكل جيد، فسوف يشعر الجمهور بذلك، كما ستكون حركته الجسدية أكثر هدوءاً من المتحدث الذي لا يعرف حتى كيفية تشغيل جهاز البروجكتور. وكما ذكرنا في الفصل الثاني فيما يتعلق بالخوف، يمكن التخلص من العصبية إذا أدرك المتحدث أن الجمهور يريد أن يستمتع بهذا الوقت. لذا، يجب على المتحدث أن يقوم بتوجيه الجمهور بصورة فعالة بدلاً من تشتيت انتباهه عن طريق استخدام لغة الجسد بصورة خاطئة. بهذا، سوف يكون أداؤه اللفظي أفضل بكثير.

التعامل مع الأمور الأكثر أهمية

ينطوي إتقان استخدام لغة الجسد على التحكم في كل من الجوانب المهمة العامة للتواصل غير اللفظي وكذلك الإيماءات والإشارات والعادات المتكلفة التي غالبًا ما يلجأ إليها المتحدث دون وعي. في هذا الشأن، يمكن البدء بالجوانب المهمة التي قد تضيف إلى فعالية الحديث أو تقلل منها وهي:

الإعداد

بالإضافة إلى أن الإعداد يمنح المتحدث الثقة والتحكم والسيطرة على الموقف، فإنه يجعل الجمهور يعرف مدى اهتمام المتحدث به. إن الإعداد يمثل الأساس الذي يُسهّل على المتحدث استخدام لغة الجسد بصورة فعالة.

وضع الجسم

يعطي الوضع غير المناسب لجسم المتحدث (طريقة وقوفه أو جلوسه مثلاً) انطباعًا بنقص الثقة وربما نقص النظام. ومن الغريب أن العديد من الناس لا يهتمون بهذا الجانب الحيوي في العرض التقديمي. بصفة عامة، يجب أن يقف المتحدث منتصب القامة مع الحفاظ على اتزان الأرجل والأكتاف؛ لأن ذلك يعمل على توصيل الانتباه والحماس حتى لو لم يكن المتحدث يشعر بهذا في الحقيقة.

كيفية التقدم لبدء العرض التقديمي

في أثناء انتظار المتحدث لدوره في الحديث، يجب أن يحافظ على وضع جسم ينم عن الثقة، ولكن في الوقت نفسه مع الوقوف باسترخاء. وعندما يتم البدء في تقديم المتحدث، يجب عليه النظر أولاً إلى المقدم ثم تحويل النظر ببطء إلى الجمهور بينما يواصل المقدم تقديمه. وعندما يقترب المتحدث من المنصة، يجب أن يبدو كما لو كان يُفضل أن يكون في هذا المكان ليتحدث مع هذه المجموعة بصفة خاصة أكثر من أي مكان آخر. علاوةً على ذلك، يجب أن يمشي المتحدث بثقة. ليست هناك قاعدة معينة يمكن إتباعها فيما يتعلق بالجهة التي يجب أن ينظر إليها المتحدث في أثناء اقترابه من المسرح. حيث إن هذا يعتمد على المسافة التي سيقطعها المتحدث، بالإضافة إلى إذا ما كان المتحدث سيقوم بإعداد الميكروفون وإذا ما كان الجمهور يصفق أم لا، إلى غير ذلك. تتمثل إحدى الطرق في تعبير المتحدث عن الامتنان لما

قيل في المقدمة في النظر أولاً إلى الجمهور ثم الابتسام ثم النظر مرة أخرى إلى الشخص الذي قام بتقديمه ثم المشي في اتجاهه.

عندما يصل المتحدث إلى المنصة، يجب أن يمشي بشكل أبطأ وأن يستجمع شتات نفسه. كما ينبغي أن يشكر المقدم على المقدمة ولكن بإيجاز؛ فيمكن أن يقول المتحدث ببساطة "شكراً جزيلاً" ثم يبدأ في الحديث. وإذا كان المتحدث سيستخدم منصة، فيجب أن يضع أوراقه على أعلى جزء في الحامل حتى لا تفصل بينه وما يقرؤه مسافة كبيرة. سوف يسمح ذلك للمتحدث بالتواصل بالعين مع الجمهور بصورة أفضل. تجدر الإشارة هنا إلى أنه ينبغي أن يكون المتحدث قد فحص بالفعل الميكروفون قبل البدء في الحديث (إذا كان سيستخدم واحداً). وإذا اضطر المتحدث إلى إعادة ضبطه، فيجب أن يأخذ الوقت الكافي لذلك وأن يحافظ على هدوئه واتزانه.

بعد تجهيز الأوراق والميكروفون، يجب على المتحدث أن يقوم بإعداد نفسه أيضاً. فينبغي أن يحرص على توزيع وزنه على كلتا قدميه، كما يجب أن يقف باستقامة مع شد منطقة البطن للداخل. ويمكن أن يضع المتحدث يديه بشكل خفيف على المنصة، ولكن يجب ألا يتكئ عليها. ويجب ألا يشعر المتحدث بالقلق إذا كانت ساقاه تهتزان؛ حيث يجب أن يتذكر المتحدث أنه حتى لو كان يعاني من انهيار عصبي، فهذا لا يهم طالما لم يعرف الجمهور ذلك.

هناك ملاحظة أخيرة عن الوقوف عند المنصة: يجب على المتحدث ألا يستخدم المنصة إذا لم يكن في حاجة إليها؛ حيث إنها تجعل هناك مسافة وتباعداً وتكون كالحاجز بين المتحدث والجمهور. إن أي كتاب يتعلق بفن التحدث أمام الآخرين ينبه على ضرورة كسر الحواجز بين المتحدث والجمهور؛ إذن، لماذا يستخدم المتحدث المنصة كحاجز؟ ويصر بعض المتحدثين على استخدام المنصة حتى يشعروا بالراحة. ولكن هذا سبب جيد آخر لعدم استخدامها؛ لأن ذلك سوف يُشعر الجمهور بأن المتحدث ليس متزناً.

كيفية التواصل بالعين مع الجمهور

تعتبر العين من أكثر الملامح الجسدية أهمية للمتحدث؛ حيث إنها تعمل على إيجاد الألفة بين المتحدث والجمهور. ولذا، يجب على المتحدث أن يمسح الحجرة بعينيه وأن ينتقل بنظره من ركن إلى آخر ومن الأمام إلى الخلف قبل البدء في الحديث؛ فهذا التوقف سيجعل الجمهور يدرك أن المتحدث يشعر بالاسترخاء وأنه مستعد بشكل جيد. ويجب أن يتواصل المتحدث

بعينيه مع عدد كبير من الجمهور على قدر استطاعته، مع ضرورة أن تكون فحوى الرسالة المبدئية التي تعمل العين على توصيلها أن المتحدث سعيد لوجوده في هذا المكان. إن العين هي أول وسيلة اتصال بين المتحدث والجمهور؛ فيجب أن يستخدمها المتحدث جيداً، وأن يعمل على إيجاد الألفة مع الجمهور عن طريق التواصل بالعين قبل البدء في الحديث.

يجب أن ينظر المتحدث مباشرةً إلى الجمهور عندما يكون الحديث عن إحدى الأفكار الرئيسية. على سبيل المثال، إذا ما قال المتحدث: "إن هذا المشروع سيؤثر على فريقنا بأكمله حيث تتجه أنظار جميع أقسام الشركة إلينا" وكان المتحدث ينظر بعيداً أو إلى الأسفل، فلن يصدق الناس ما يقوله. وإذا قال: "إن هذا الأمر حيوي ومهم" وهو لا ينظر مباشرةً إلى الناس، فلن تكون لكلماته أية مصداقية.

بصفة عامة، من المفيد أن يركز المتحدث على أحد الوجوه الودودة، وخاصةً إذا كان المتحدث يشعر بأن الجمهور غير ودود. ويجب أن يتخيل المتحدث أنه يتحدث فقط مع هذا الوجه الباسم المتقبل للحديث وأن ينظر إليه كلما رأى أن الموقف يقتضي ذلك.

كذلك، نجد أن معظم الناس يقومون بتركيز النظر إلى ركن واحد من الحجرة، ولكي يكتشف المتحدث إذا ما كانت لديه هذه العادة أم لا، فيجب عليه أن يطلب من شخص أن يراقبه وهو يتحدث. وفي أثناء الحديث، يجب أن يجعل المتحدث اتجاه قدميه نحو الجانب الذي لا ينظر إليه غالبًا، وبشكل طبيعي سيجد المتحدث أنه يدور ببصره في أرجاء القاعة ليجد نفسه ينظر إلى جميع جوانبها بمن فيها. ولكي يبدو أن المتحدث ينظر إلى جميع أركان الحجرة، يمكن أن يقوم بتقسيم الحجرة إلى أرباع وأن يحرص على النظر إليها جميعًا. من ناحية أخرى، يجب أن يبحث المتحدث في كل ركن عن وجه ودود، وأن يركز على هذا الشخص ولكن ليس بشكل واضح؛ حيث يجب ألا تكون نظرات المتحدث روتينية متوقعة.

الملابس

يجب أن تكون الملابس مناسبة ومريحة؛ حيث يجب أن يتناسب شكل الملبس مع الجمهور الذي يخاطبه المتحدث. وقد لا يريد المتحدث أن يكون ملبسه مشابه تمامًا للجمهور، ولكن يجب أن يكون أسلوبه في الملبس مشابهًا لأسلوب ملابس الجمهور. تجدر الإشارة إلى أني اعتدت أن أرتدي ملابس رسمية في كل المرات، ولكن عندما تخليت عن هذه الرسمية في الملابس وأصبح مظهري عاديًا، ارتفعت معدلات أدائي. وعند التردد في نوع الملابس التي

سيظهر بها المتحدث، يجب عليه أن يقوم باختيار زي رسمي مع الحرص على الأناقة؛ لأن الجمهور لا يريد أن ينظر إلى متحدث لا يكون مظهره أنيقًا.

بصفة عامة، ينبغي أن يلتزم الرجال بالزي الرسمي- بدلة داكنة اللون وقميص أبيض أو فاتح اللون لإضفاء الأناقة على الملبس من التباين - إلا إذا كان الحديث في نزهة بمكان مفتوح حيث يرتدي الجميع ملابس غير رسمية.

على الجانب الآخر، لدى السيدات اختيارات أكثر في الملبس، كما يخضعن بشكل أكبر في اختيار الملابس للاتجاهات الحديثة في الأزياء. ولكي تتأكد السيدة من أناقة مظهرها، يجب أن تحرص أولاً على احتشام الملابس؛ حيث يجب اختيار الأزياء التي يشعر فيها المتحدث بالراحة والاسترخاء. وإذا لم تكن المتحدثة معروفة بالأناقة في الأزياء أو بمظهر معين، فمن الأفضل أن تتجنب الظهور بشكل صارخ. ويمكن أن ترتدي السيدات ألوانًا زاهية، بينما ينبغي ألا يكون المظهر مبهراً فحسب، بل يجب أن يكون مناسباً أيضاً. فيجب أن يكون هناك شيء من التناسب بين الملابس والجمهور الذي يستمع إلى الحديث، مع الحفاظ بالطبع على الإطار العام من الاحتشام واحترام الذات.

بشكل عام، يجب ألا يرتدي المتحدث الملابس التي تحتاج إلى تعديل عند الوقوف أو الجلوس. كذلك، ينبغي أن يحرص المتحدث على ألا يحول بين وجهه والجمهور أي حائل للحفاظ على التواصل من خلال نظرات العين. كذلك، ينبغي ألا يكون من بين ملابس المتحدث ما يلفت الانتباه بشكل فج مما قد يشتت انتباه الجمهور.

في هذه الأيام يرتدي الموظفون في الكثير من الشركات ملابس غير رسمية. يجب أن يضع المتحدث ذلك نصب عينيه عندما يقوم بتحديد الملابس التي سيرتديها. فعندما أقوم بإلقاء حديث يتطلب ارتداء ملابس رسمية، فإني أرتدي زيًا مناسبًا؛ حيث أرتدي بدلة. أما إذا لم يكن الموقف يتطلب ذلك، فإنني أرتدي ملابس غير رسمية. وفي العروض التقديمية الخاصة بالشركات، يجب ألا يكون المتحدث متكلفًا في مظهره. وهناك قاعدة عامة وهي أن يكون زي المتحدث أكثر أناقة ورسمية من ملابس الجمهور بدرجة طفيفة. حيث إن المتحدث يريد أن يكون واحدًا من الحاضرين، ولكنه يريد التميز عنهم بصورة معتدلة. كذلك، يجب أن تحاول السيدات ارتداء ملابس بها جيوب؛ حتى يتمكنّ من الاحتفاظ فيها بالأوراق التي تحتوي على الملاحظات وكذا المناديل الورقية. كما يجب أن تترك السيدة حقيبتها على الكرسي قبل التوجه إلى المنصة.

التحكم في حركة اليدين

عادةً ما يسأل المتحدثون المبتدئون عن كيفية استخدام حركة اليدين في أثناء الحديث. ويمكن التعامل مع هذا الأمر والتحكم في حركة اليد إذا عرف المتحدث ما الذي يجب ألا يفعله مثل:

- إحكام القبضة على المنصة والاستمرار على هذا الوضع
- وضع اليد في الجيوب طوال الوقت أو ضم اليدين متقاطعتين إلى الصدر
- العبث بالأوراق أو بعض الأدوات المستخدمة

على الرغم من أن اليدين قد تبدوان فجأة لبعض المتحدثين كما لو كانتا معوقًا، فإنه يمكن استخدامها بأسلوب يساعد المتحدث. وهناك أربع طرق يمكن بها استخدام اليدين لتوصيل الأفكار بصورة أفضل وتكون من خلال التأكيد على الشكل والحجم والعدد والاتجاه. ويجب أن يتدرب المتحدث على استخدام إشارات اليد حتى يشعر بالراحة والتلقائية. وسوف تزداد احتمالات أن يشعر المتحدث بالاسترخاء إذا كان هناك شيء يفعله بيده. وإذا قام المتحدث بتركيز نظره على أوراقه، فسيشعر أن يديه حمل ثقيل عليه. كما أنه سيكون من الأسهل استخدام اليد بصورة طبيعية إذا حافظ المتحدث على التواصل بالعين مع الجمهور.

يجب التدريب على استخدام إشارات اليد أمام مرآة حتى يستطيع المتحدث مشاهدة هيئته ومظهره. إن الإشارات القوية تبدأ من الكتفين وليس من الكوعين. وإذا قام المتحدث بالتدريب على ذلك أمام المرآة ويداه لأعلى، فسيرى كيف أن إشارة من الكوع أضعف كثيراً من إشارة من الكتف.

يجب استخدام إشارات اليد بحرص؛ لأن الإكثار منها بشكل مبالغ فيه قد يُشتت انتباه الجمهور. وعندما أقوم بتدريب الناس على فن التحدث أمام الآخرين، أقول لهم إن عليهم الإبقاء على الذراعين واليدين إلى جانب الجسم إذا كانوا لا يشعرون بالارتياح. إننا نكتشف عندما نقوم بتشغيل شرائط الفيديو التي تحتوي على تسجيلات التدريبات أن هذا الوضع لا يبدو سيئًا على الإطلاق، وفي الواقع، يبدو المتحدث مسترخيًا تمامًا في هذا الوضع. ولهذا، إذا كان المتحدث قلقًا بشأن استخدام يديه، فما عليه إلا أن يبقي عليهما بجانب جسمه.

الابتسامة

ما لم يكن الحديث عن موضوع شديد الأهمية والجدية، يجب الابتسام دائمًا؛ لأن ذلك يوجد جوًا من الدفء ويقلل من ضغط عضلات الوجه حيث يظهر معظم الناس بشكل أفضل عند الابتسام. وبذلك، يشعر الجمهور بالارتياح لأن المتحدث يبدو طبيعيًا وواثقًا من نفسه. أما إذا كان وجه المتحدث عبوسًا، فهذا لن يؤدي إلى حدوث الألفة بينه وبين الجمهور. مع ذلك، فإن هناك نسبة كبيرة من المتحدثين في حاجة إلى من يذكرهم بهذه النقطة المهمة. بصفة عامة، يجب أن يتخيل المتحدث أن الجمهور ودود ومتعاطف معه، وبهذا يكون الابتسام سهلاً.

النظارات

إذا كان المتحدث يرتدي نظارة، فيجب أن يضع في الاعتبار الشكل الذي سيظهر به أمام الجمهور. إن النظارات ذات الإطار كبير الحجم قد تُخفي الوجه وتمنع التواصل بالعين مع الجمهور. أما النظارات التي تكون بها نصف عدسات فهي تعطي انطباعًا سيئًا بأن المتحدث ينظر إلى الجمهور باحتقار. بصفة عامة، يجب أن يقوم المتحدث بتجربة النظارات ذات العدسات الكبيرة والأطر غير العريضة وأن يتجنب استخدام العدسات الملونة أو الحساسة للضوء (التي تتحول إلى لون داكن عند تعرضها للضوء). تجدر الإشارة إلى أن الكثير من المتحدثين المحترفين يتجنبون هذه المشاكل عن طريق استخدام عدسات لاصقة.

من جهة أخرى، من الممكن أيضًا أن يستفيد المتحدث من ارتدائه للنظارة إذا قام بخلعها مرة أو مرتين في أثناء الحديث، أو في نهايته عند الاستعداد للإجابة عن أسئلة الجمهور. بشكل عام، إذا كان المتحدث يرتدي نظارة، فيمكن أن يستخدمها في إضفاء المزيد من التأثير على إشاراته وإيماءاته.

كيفية الحركة

عند مشاهدة عرض مسرحي للهواة، يمكن معرفة أن الممثلين العصبيين يكشفون ضعف مستوى أدائهم من خلال حركاتهم غير البارعة. فيكون من الواضح من خلال تحركات هؤلاء الممثلين أن أحدًا أخبرهم أن يتحركوا خطوتين لليسار بعد قول جملة معينة ثم الجلوس على كرسي محدد. في هذه الحالة، ينشغل ذهن من يشاهد هذه العروض بحركات الممثل غير البارعة حتى أنه يفقد التركيز على جمل الحوار.

من المسلم به أن المتحدث لا يريد أن يركز الجمهور على الحركات ويغفل عن الكلمات. ولهذا، يختار بعض المتحدثين الوقوف في مكان واحد لأنهم يخافون من الظهور بشكل أحمق أو التعثر أو حدوث أي شيء يبعد تركيز الجمهور عن الرسالة المراد توصيلها من الحديث. مع ذلك، قد يؤدي الوقوف في مكان واحد طوال العرض التقديمي إلى الدرجة نفسها من تشتت الجمهور، خاصةً إذا كان المتحدث ثابتًا مثل التمثال.

وهناك العديد من الأسباب لضرورة أن يتحرك المتحدث في أثناء العرض التقديمي، ومنها ما يلي:

- الاقتراب من الجمهور والتواصل معه حركيًا
- إيجاد جو أقوى من المشاعر
- تغيير الشكل البصري للحديث
- الانتقال من فكرة إلى أخرى من خلال الحركة
- تغيير إيقاع الحديث (إذا كان إيقاع الحديث متحركًا باستمرار ثم توقف المتحدث، فهذا سيكون له تأثير مضاعف مقارنة بالاستمرار بأسلوب ثابت)
- التأكيد على فكرة معينة أو التركيز عليها
- جذب انتباه الجمهور بدرجة أكبر
- توضيح تسلسل الحديث من خلال الحركة

يجب أن يستخدم المتحدث الحركات الجانبية بقدر الإمكان (التحرك من جانب إلى آخر أفضل من التحرك إلى الأمام والخلف). حيث إن هذه الحركات لا يستطيع الجمهور رؤيتها بسهولة فقط، ولكنها تؤدي إلى حدوث جو من الإثارة البصرية. وعند الحركة، يجب أن يتحرك المتحدث بشكل يحقق هدفه، فينبغي ألا يتمايل أو يسير ببطء شديد.

بصفة عامة، عندما نتحادث مع بعضنا البعض، فإننا دائمًا ما نتحرك. ويكون ذلك عن طريق تغيير وضع الجسم على المقاعد أو التحرك بضع خطوات لليمين أو اليسار أو الدوران بالرأس للنظر في اتجاه مختلف، وهذا أمر طبيعي. لذا، يجب أن تكون حركات المتحدث على المسرح تلقائية، وهذا يأتي مع التدريب. جدير بالذكر أنه عند التدريب على العرض التقديمي، يجب على المتحدث أن يتدرب على الحركات والإشارات والإيماءات، بل والأمور التي يريد أن يميز بها نفسه أيضًا.

كيفية استخدام الإشارات والأساليب المميزة في الحديث

يمكن الاستفادة من الإشارات والطرق التي تميز المتحدث لاكتساب ثقة الجمهور به، وقد يؤدي استخدام هذه الأشياء بأسلوب غير مناسب إلى شعور الجمهور بعدم الارتياح أو حتى الشعور بالغضب. إن أفضل طريقة لمراقبة والتعرف على كيفية استخدام هذه الأساليب – الجيد منها والسيئ – أن يقوم المتحدث بتصوير نفسه في أثناء التدريب على العرض التقديمي أو تقديمه الفعلي. بعد ذلك، يجب أن يشاهد هذا الشريط حتى يستطيع من خلاله التعرف على مجموعة الإشارات والطرق المميزة التي يعتمد عليها. وفيما يلي قائمة بأكثر هذه الأمور شيوعًا مع توضيح الانطباع الذي تتركه لدى الجمهور:

الموقف الدفاعي

ضم الذراعين إلى الصدر

تقاطع الساقين

الإشارات الشبيهة بالقبضة

الإشارة بإصبع السبابة

الحركات المشابهة لضربات الكاراتيه

الوقوف مع تشابك الأيدي أمام الجسم

التفكير

وضع اليد على الوجه

التحديق من فوق النظارة

وضع قبضة اليد أسفل الذقن

وضع أحد ذراعي النظارة في الفم

خلع النظارات وتنظيفها

وضع اليد على الأنف

إمالة الرأس

الشك

عقد الذراعين

النظر السريع إلى الجانبين

لمس أو حك الأنف

حك العين

التفتح والتعاون

بسط اليدين

الوقوف على هيئة الاستعداد

الجلوس على حافة الكرسي

وضع اليد على الوجه

فتح أزرار المعطف

إمالة الرأس

الثقة

وضع الذراعين خلف الظهر	وضع اليدين على حافة السترة
رفع اليدين	

التزعزع والعصبية

مضغ القلم	حك الأصابع ببعضها
قضم الأظافر	وضع اليد في الجيب
ثني الساعد	التنحنح
الغمغمة	قرص الجلد
التململ في الجلوس	وضع اليد على الفم في أثناء الحديث
ضعف التواصل من خلال نظرات العين	شد البنطلون بقوة عند الجلوس
العبث بالنقود داخل الجيب	شد الأذن
عرق الأيدي وليّهما	اللعب بالشعر
التمايل	اللعب بالمؤشر
ضغط الشفتين معًا وفتحهما بسرعة	التنهد

الإحباط

النفس القصير	الإشارات الشبيهة بالقبضة
إطباق اليدين بقوة	حك اليد في الشعر
الإشارة بإصبع السبابة	
حك مؤخرة الرقبة	

للتحكم في لغة الجسد، يجب الربط بين كل النقاط التي تمت مناقشتها في هذا الفصل. وبهذا، سيستفيد المتحدث كثيرًا؛ حيث سيشعر المتحدث بالإحباط إذا كان موضوع حديثه مهمًا وحيويًا ولكن أسلوبه في استخدام لغة الجسد يجعل هناك حاجزًا بينه وبين الجمهور. إن استخدام لغة الجسد بصورة إيجابية وفعالة يجب أن يعمل على تدعيم الرسالة التي يريد

المتحدث توصيلها للجمهور ويساعده على الظهور بمظهر الواثق من نفسه المهتم بالجمهور المسيطر على الموقف. سيحصل المتحدث على هذه النتيجة سواء أكان الحديث أمام مجموعة كبيرة من الجمهور أو مع رئيسه في العمل أو مع زملاء أو مع أحد أفراد الأسرة.

إن التحكم في لغة الجسد يؤكد على قوة وتأثير المتحدث، كما أنه يساعد الجمهور على متابعة الحديث واستيعاب الهدف منه بوضوح وصراحة وفعالية. وهناك طريقة جيدة لجعل الحديث أكثر فعالية، وهي إضفاء القليل من المرح. وسوف يناقش الفصل القادم هذه النقطة بالتفصيل.

نصائح مهمة: التحرك بمرونة

١- تدرب على المشي بثقة في العرض التقديمي التالي الذي تقوم بتقديمه. لتتسرع في الحركة وتنظر حولك، ولكن ألقِ نظرة على جميع أفراد الجمهور قبل البدء في الحديث.

٢- قم بتحليل استخدامك للغة الجسد. اطلب من أحد زملائك أن يقوم بتصوير العرض التقديمي التالي الذي تقدمه. وبعد ذلك، قم بتحليل إشاراتك والأساليب المميزة التي تستخدمها علاوةً على الابتسامة ووضع الجسم والحركة والخطوات والتواصل مع الجمهور من خلال نظرات العين.

الفصل السابع عشر
الاستفادة من تأثير الدعابة

إنني أتذكر أول نكتة سمعتها، فقد كان أبي يحكيها لي أنا وأختي مراراً كلما أزعجناه. وتبدو هذه النكتة التي علقت بذهني كما لو كانت نموذجًا لأسلوب معين. إن الفكاهة أو النكتة عبارة عن قصة صغيرة موجزة تمتلئ بالإشارات الماهرة وربما بعض الأخطاء المتعمدة في الألفاظ. ولقد كنت أقوم بابتكار الفكاهات حتى تصل إلى قمتها بأسلوب مفاجئ ومدهش ويثير عاصفة من الضحك.

كيف يمكن أن تكون روح الدعابة أداة فعالة في الحديث؟ إن السبب الواضح لهذا أن الفكاهة تشتمل على قصة جيدة تعمل على تسلية المستمعين؛ حيث إنها تجعلهم يشعرون بالراحة والتجاوب مع ما يقوله المتحدث. علاوةً على ذلك، فإن الفكاهة تجعل الجمهور يقتنع بأن المتحدث شخص عادي يتمتع بروح الدعابة. وإذا استخدم المتحدث روح الدعابة تحت قيود، فإنها تضيف إلى أفكاره تميزاً ووضوحاً وتساعد في إقناع الجمهور.

إن الاعتدال وعدم الإفراط في استخدام روح الدعابة شيء ضروري؛ فيجب أن يكون الهدف من الفكاهة رسم البسمة على وجه الجمهور وليس إثارة الضحك بصوت عالٍ والقهقهة. وذلك لأن المتحدث يريد جذب انتباه الجمهور ولا يريده أن ينفجر في الضحك (ما لم يكن المتحدث كوميدياً وهدفه الأساسي ترفيه الناس). أما الهدف من استخدام روح الدعابة في الحديث الفعال فهو الحفاظ على تفاعل الجمهور مع المتحدث.

توضيح الفكرة

إن أفضل الفكاهات هي التي تعمل على توضيح الهدف من الحديث. ويُفضل المتحدثون البارعون استخدام روح الدعابة التي توضح الحديث بدلاً من النكات التي تعمل على إضحاك الجمهور ولكن ليس لها هدف حقيقي. وأفضل طريقة لاستخدام روح الدعابة بصورة فعالة هي تغيير خطة الإعداد؛ وذلك بأن يقوم المتحدث باستخدام بعض الدعابات فيما بين النقاط التي يتناولها.

إن المتحدث الذي يستخدم روح الدعابة للتأكيد على بعض الأفكار يجعل الجمهور يركز عليها بأسلوب ترفيهي دون أن يشعر أن المتحدث يكرر الفكرة نفسها. وسواء أتذكر الجمهور الفكاهة أم لا، فهذا ليس مهمًا؛ حيث يجب أن يتذكر الفكرة التي توضحها هذه الفكاهة.

البدء في استخدام روح الدعابة منذ بداية الحديث

يستخدم العديد من المتحدثين روح الدعابة في بداية الحديث؛ لأن المقدمة التي تشتمل على الدعابات تجذب انتباه الجمهور، كما أن الافتتاحية المضحكة تقنع الجمهور بالحديث والمتحدث.

علاوةً على ذلك، يعمل استخدام روح الدعابة في الحديث منذ بدايته على إيجاد الألفة بشرط أن يتناسب هذا الأسلوب مع الحديث. وذلك لأننا نجد أن هناك العديد من الأحاديث تبدأ باستخدام روح الدعابة من أجل الضحك فقط. وبهذا، يتحول انتباه الجمهور إلى جهة أخرى بدلاً من تفاعله مع موضوع الحديث.

يمثل العنوان أحد أفضل المواضع التي يستطيع المتحدث أن يستخدم روح الدعابة فيها؛ حيث يشتمل العنوان على الهدف من الحديث. كما أن استخدام القليل من روح الدعابة في العنوان يساعد الجمهور على التنبؤ بباقي الحديث. على سبيل المثال، عند الحديث عن فن التحدث أمام الآخرين، لا يحتاج المتحدث أن يبدو جاداً أو مملاً بينما يمكنه أن يستخدم عنوانًا أخاذًا بأن يقول: "لماذا يشعر الجمهور بالنعاس في أثناء الحديث؟" أما إذا كان الحديث جديًا وليس به روح الدعابة، فيجب على المتحدث أن يتجنب البدء باستخدام روح الدعابة حتى لا يبني الجمهور توقعات خاطئة.

ليست البداية هي الجزء الوحيد الذي يستطيع المتحدث أن يستخدم فيه روح الدعابة لإضفاء المزيد من الجاذبية على الحديث، بل يستطيع أن يستخدم الدعابة في نهاية الحديث أيضًا. وبذلك، يستطيع التخفيف من حدة التوتر بعد الانتهاء من الحديث في موضوع جاد أو موضوع كئيب لرفع الروح المعنوية للجمهور. كما يمكن استخدام روح الدعابة في منتصف العرض التقديمي عند نقطة تحول مهمة من فكرة لأخرى أو عند تغيير موضوع الحديث – حيث يعتبر هذا الأسلوب بداية جيدة للفكرة القادمة. وبشكل عام، يجب على المتحدث ألا يجعل الفكاهة والدعابة الموضوع الأساسي للحديث، بل يجب أن يستخدمها كإضافة الغرض منها توصيل المعنى بشكل أيسر وأفضل.

كيفية استخدام روح الدعابة في الحديث

إذا كان المتحدث مقتنعًا باستخدام روح الدعابة ولكنه لا يعرف كيفية استخدامها، فهذه بعض النصائح:

- يجب ألا يشعر المتحدث أن عليه أن يكون كوميديًا متميزًا لكي يستطيع استخدام روح الدعابة بأسلوب فعال؛ حيث إن أي متحدث يريد أن يصبح كوميديًا سيشعر بالإحباط. لذا، يجب عليه أن يُقدّر أسلوبه بدلاً من مقارنة نفسه بممثلي الكوميديا المحترفين.
- يجب أن تكون لدى المتحدث روح المغامرة؛ بحيث يحاول استخدام روح الدعابة وإضافة قصة فكاهية جديدة أو مثال في كل مرة يقوم فيها بإلقاء حديث.
- إن تعلم استخدام روح الدعابة ليس أمرًا صعبًا؛ حيث إنها واحدة من أهم الأشياء التي تعود بالنفع على المتحدث. وعندما يستطيع المتحدث فهم هذه الروح، فسيشعر بالراحة عند استخدامها.
- يجب أن يبتكر المتحدث دعابات جديدة بالبحث في جميع المصادر التي يمكن أن تزوده بهذه الدعابات. ومن المصادر المهمة التي يستطيع المتحدث أن يتزود منها بمثل هذه المادة السياسة والأخبار وبرامج التليفزيون والأفلام والرياضة وأكثر الكتب مبيعًا والمجموعات التي يتحدث معها المتحدث.
- يجب أن يقرأ المتحدث الكتب التي تشتمل على الدعابات مثل المقتطفات والمختارات التي تشتمل على الفكاهات التي يستخدمها المتحدثون. كما يجب على المتحدث أن يعرف ما يقوله الناس في المواقف المختلفة؛ فكل مواقف الحياة لها بعض الجوانب الفكاهية الموجودة في النكات، بالإضافة إلى استخدام الألفاظ المرحة.
- كلما كان استعداد المتحدث جيداً، كان أكثر تلقائية. وأفضل طريقة لتعلم استخدام روح الدعابة حسب الموقف هي أن يتعلم المتحدث ذلك قبل حدوث الموقف بدقائق.
- إذا كان المتحدث يمتلك روحًا فكاهية مؤثرة، فهذا شيء جيد. ولكن يجب أن يدرك المتحدث أنه إذا ما كانت لديه القدرة على رواية قصة بسيطة – وهذه القدرة لدى كل الناس، فسيكتسب المتحدث اهتمام الجمهور وتقديره له مما يعطي للمتحدث حافزاً قويًا يتساوى مع ما يمكنه الحصول عليه من الفكاهة.

تعطش الجمهور إلى روح الدعابة

في أي حديث لي عن تأثير الأسئلة وكيفية الاستفادة منها، أسأل الجمهور عما إذا كانوا يقومون بطرح الأسئلة بالقدر الكافي. على سبيل المثال، أقول لهم: "هل تسألون عن الاتجاهات في أثناء القيادة؟" فينتج عن ذلك ضحك خفيف. ثم أتبع ذلك بقول: "هل هذا سؤال محرج؟" فيكون الضحك بقدر أكبر. في الواقع، لا يتسم أي من هذين السؤالين بأنه مضحك جداً. ولكن في كلتا المرتين يضحك الجمهور. إنني أؤمن بالنظرية التي تقول إن الناس يستمعون إلى العديد من الأحاديث المملة؛ ولهذا، فإنهم يتفاعلون حتى مع أقل الدعابات مرحاً. من ثم، فإن المتحدث إذا بذل ولو أقل الجهد في محاولة الترفيه عن الجمهور، فإنه سيجد أن الجمهور يتجاوب معه منذ البداية.

عدم تجاوب الجمهور مع الدعابات

يجب أن يعرف المتحدث متى يكون استخدام روح الدعابة أمراً غير مناسب. فليس هناك ما هو أسوأ من الفكاهة التي لا يستجيب لها الجمهور أو يستجيب لها بصورة سلبية. وإذا كان المتحدث يعتقد أن الفكاهة التي استخدمها مناسبة للموضوع ولم يضحك الجمهور عليها، فيجب عليه أن يستمر في حديثه. ودائمًا ما أستخدم هذه العبارة بعد أية فكاهة لا يستجيب لها الجمهور: "حسنًا، لقد أخبرت زميلي بهذه الفكاهة منذ قليل، وإنني أستطيع الآن تخمين السبب في أنه كان يرى ضرورة حذفها". ولقد سمعت متحدثًا ذات مرة يوضح للجمهور أن الدراسات أشارت إلى وجود علاقة قوية بين الضحك والذكاء. بعد مثل هذا التوضيح، من المنتظر أن يضحك الجمهور.

إعداد الفكاهات

ذكر أحد المؤلفين في كتاب له أن هناك العديد من الفكاهات التلقائية التي يمكن إعدادها في حالة حدوث أي موقف غير متوقع. وبشكل واقعي، إن كل شيء يقوله المتحدث سينجح في إضحاك الجمهور إذا ظهر بشكل تلقائي.

ثلاثة أنواع للفكاهات

يميل المتحدثون إلى استخدام ثلاثة أنواع من الفكاهات وهي القصص الأصلية المستوحاة من الخبرة الشخصية والفكاهات المقتبسة، بالإضافة إلى الفكاهات التي يتم إدخال بعض التعديل عليها لتناسب الموقف.

القصص الأصلية المستوحاة من الخبرات الشخصية

يستطيع كل إنسان أن يقوم بسرد قصة. وتعتبر القصص التي تتناول حياة المتحدث نفسه وحياة المقربين منه أكثر القصص مرحًا؛ حيث إن استخدام روح الدعابة المستوحاة من حياة المتحدث تجعل الجمهور قريبًا إلى المتحدث، كما أنه يرى ويشيد بقدرة المتحدث على الإضحاك أو صياغة تعليقات مرحة عن نفسه. علاوةً على ذلك، فإن استخدام القصص المستوحاة من حياة المتحدث تقلل من احتمال سماع الجمهور لهذه القصة من قبل؛ حيث إن المتحدث يبحث دائمًا عن قصة تجذب انتباه الجمهور. وفي المسودة التي يستخدمها المتحدث في تخطيط حديثه، يجب أن يكون هناك قسم للفكاهات يشتمل على الأفكار والقصص والأحداث التي يستطيع المتحدث أن يستخدمها فيما بعد.

هناك العديد من القصص المستوحاة من حياتنا والتي تُعتبر جزءًا من خبراتنا العامة؛ حيث إن استخدام المتحدث للفكاهات عن نفسه تجعل الجمهور يشعر بالراحة. بعد ذلك، من الممكن أن يستخدم المتحدث أية صفة يختارها من صفاته المميزة ليستفيد منها في هذا الصدد. على سبيل المثال، كانت هناك متحدثة دائمًا ما تشير إلى طولها، أما أنا فكنت أستخدم الفكاهات التي تشير إلى قصر قامتي. وبشكل واضح، يجب على المتحدث البارع ألا يقوم بالتركيز على الجوانب الشخصية المتعلقة به، بل يجب أن يستعين بهذه الجوانب عن طريق الإشارة إليها. وبهذا، يستطيع المتحدث الكشف عن جوانب من شخصيته وإيجاد الألفة والبدء في الحديث مع جمهور يشعر بالمتعة.

كما أن المادة التي يستطيع المتحدث أن يستخدمها متاحة في كل مكان. على سبيل المثال، في ذات مرة كنت أبحث عن قصة أستطيع أن أستخدمها لتوضيح فكرة الشعور بالعجز عند فقدان التحكم والسيطرة. ثم تذكرت حديثًا دار بيني وبين زوجي في أثناء طريقنا للمطار حيث كنا نتناقش بهدوء عن قدرته في القيادة وكان يعتقد أن قدراته مذهلة، فقلت إنه من الممكن أن يكون على صواب. وبعد أن كنا على وشك الاصطدام بشاحنة، قال لي بهدوء – بينما كنت أحاول التماسك بعد أن شعرت بأزمة قلبية – إنه عندما لا يكون هو قائد السيارة، فإنه يشعر بالقلق نفسه الذي كنت أشعر به لأنه ليس المسيطر على الموقف. عندئذٍ، أدركت أن لدي مثالاً جيداً يصلح لقصة فكاهية.

لقد استخدمت هذه القصة مرات عديدة، ودائمًا ما كان الجمهور يستجيب بشكل جيد، لأن معظم الناس يتعاطفون مع هذا الموقف ويفهمونه؛ حيث إنهم بالتأكيد قد تعرضوا لمثل هذا الموقف. ومهما كانت القصة التي يختارها المتحدث، فيجب أن يتدرب عليها مرات عديدة قبل الحديث، كما يجب أن يطلب من المقربين منه إبداء آرائهم. علاوةً على ذلك، يجب أن يحاول في كل مرة أن يستخدم بعض القصص المبتكرة.

الفكاهات المقتبسة

قد تضيف المصادر الثانوية البراعة والمصداقية لأي عرض تقديمي. حيث إنه عندما يقتبس المتحدث من الآخرين، فهو عادةً ما يقتبس القصص بأسلوب حيوي وفعال.

كيف يمكن أن يجد المتحدث الفكاهات المقتبسة؟ إن أفضل المصادر هي الجرائد والمجلات والكتب؛ فكل هذه تعتبر مصادر يمكن أن يقتبس المتحدث منها في العديد من المواقف. ومع ذلك، يجب ألا يقتبس المتحدث دون تصريح ما لم يكن قد قام ببعض التغييرات والتعديلات على الفكاهة لتتناسب مع الموقف.

الفكاهات التي تتناسب مع الموقف

يقوم العديد من المتحدثين بتعديل الفكاهات لتتناسب مع الموقف؛ حيث يمكن أن يكون للقصة الجيدة أكثر من أسلوب ويمكن تعديلها لتتناسب مع أنماط الجمهور المتعددة. وهناك العديد من أمثلة هذه القصص التي يستطيع المتحدث استخدامها وفقًا لنمط الجمهور الذي سيكون أمامه الحديث.

قواعد اختيار الفكاهات المناسبة

كيف يمكن للمتحدث أن يعرف أن الجمهور سيستمتع بالفكاهة؟ إن هذا شيء لا يستطيع المتحدث أن يعرفه؛ فلقد كتب أحد المؤلفين مقالاً في إحدى الصحف في هذا الشأن قال فيه: "إن طريقة تعامل المخ مع الفكاهات ما زالت أمرًا غامضًا؛ حيث يكون من السهل أن تجعل شخصًا يبتسم أو يبكي بطريقة إليكترونية عن طريق إثارة جزئية معينة من المخ، ولكن من الصعب بشكل مدهش أن تجعل شخصًا ما يضحك". ولهذا، فإنه ليس هناك طريقة معينة تضمن أن يستطيع المتحدث إضحاك الجمهور، ولكن هناك العديد من الطرق التي يستطيع المتحدث أن يستخدمها لكي تكون الفكاهة ممتعة للجمهور.

يجب أن يختار المتحدث المواد الفكاهية التي تتناسب مع موهبته ولا تعتمد على نقاط ضعفه. على سبيل المثال، إذا لم يكن المتحدث يجيد إحدى اللغات الأجنبية، فيجب ألا يستخدم فكاهات تشتمل على ألفاظ من هذه اللغة الأجنبية. كما أن المتحدث البارع لا يحاول أن يكون وكأنه ممثل كوميدي شغله الشاغل أن يضحك الجمهور؛ حيث إنه يبحث عن الدعابة وليس عن الكوميديا. ولكن ما الفرق؟ عندما يقرأ المتحدث قصة أو فكاهة، يجب أن يسأل نفسه إذا كانت هذه الفكاهة ممتعة وهي مطبوعة على الورق؛ حيث تعتمد الكوميديا على شخصية مرحة أو أسلوب مضحك في الكلام أو طريقة خاصة لإلقائها على الجمهور، أما الدعابة فستكون مضحكة عند قراءتها أيضًا.

بصفة عامة، عادة ما يكون من الممكن قراءة الدعابة وإلقاؤها بسهولة؛ حيث يستطيع المتحدث ذكرها للجمهور بسرعة متوسطة في أثناء الكلام. فإلقاء الدعابة لا يتطلب لي اللسان أو التحدث بسرعة كبيرة كما لا تشتمل الدعابة على الكثير من الحوارات. وعندما يجد المتحدث فكاهة بها العديد من الحوارات المتغيرة، فيجب أن يقوم بدراستها بعناية للتأكد من أنها ليست مركبة ولا تتطلب أسلوبًا معقدًا في الإلقاء.

يجب أن تكون الفكاهة مناسبة للجمهور؛ حيث إن روح الدعابة شيء ذاتي وما يُضحك شخصًا قد لا يُضحك الآخر. وتعتبر بعض الفكاهات وسيلة لإضحاك الجمهور على شخص معين، ولكن يجب أن يختار المتحدث الهدف الصحيح. تجدر الإشارة إلى أنه غالبًا ما يكون هناك ميزة يتمتع بها المتحدث وهي وجود شيء مشترك بينه وبين الجمهور الذي يواجهه (كأن يكونوا جميعًا أعضاءً في نادٍ واحد أو شركة واحدة). على ذلك، فإن عملية اختيار أهداف محددة يمكن للمتحدث إضحاك الجمهور عليها تكون أيسر بسبب وجود الصفات المشتركة.

يستمتع الجمهور بالضحك على الناس الذين هم أعلى منه في أي مجال بدءًا من الفائزين في المسابقات حتى من يتقلدون أعلى المناصب؛ فحتى الرؤساء ومن هم في السلطة يعتبرون أهدافًا جيدة لإلقاء الفكاهات، وكذلك مسئولو الحكومات والسياسيون وكل من هو في موقع المسئولية. كما يُفضل الجمهور الضحك على كل من يعكر صفوه وتقديره لذاته كالحموات والرؤساء في العمل والجيران والمنافسين.

من جهة أخرى، على الرغم من أن الجمهور يفضل الضحك أيضًا على من هم أدنى منه، فإن المتحدث قد يظل متمسكًا دائمًا بفكاهة قد تعتبر إهانة عامة وهو يعتقد أنها جيدة. ولهذا،

إذا ما اختار المتحدث أن يجعل محور الدعابة مجموعة معينة من الناس، فيجب أن يكون ذلك بدقة ودون إهانة.

إن هناك هدفين مهمين يجب أن يكون المتحدث بعيداً عنهما عند صياغة الفكاهة. يتمثل أول هذين الهدفين في أي شخص يبجله الجمهور ويقدر إنجازاته وتاريخه لدرجة تجعله لا يقبل أن يكون مثار الضحك، أما الهدف الثاني الذي ينبغي ألا يكون محور الفكاهة ليتم الضحك عليه فيتمثل في الجمهور نفسه. فالناس لا يحبون أن يضحكوا على أنفسهم، ولا يتمتع الجمهور بالروح الرياضية.

من حين لآخر، يمكن أن يجعل المتحدث الجمهور يضحك على نفسه؛ وذلك إذا اشتملت الفكاهة على المتحدث نفسه. على سبيل المثال، كان هناك مستشار استثماري يتحدث أمام مجموعة من الأطباء عن السندات والأسهم، فبدأ بهذه الافتتاحية "إنه لمن دواعي سروري أن أكون قادراً على الحديث مع مجموعة من الأطباء دون أن أكون مضطراً إلى خلع ملابسي". وفي بعض الأحيان، أحاول تجسيد الحديث بأن أسأل عن أسماء ثلاثة أشخاص يمكن أن أذكرهم في أثناء الحديث، ويجب توضيح ذلك بشكل سابق للتأكد من عدم شعور أي شخص بالإساءة.

أفضل الأهداف لإثارة ضحك الجمهور

يعتبر المتحدث نفسه أفضل الأهداف التي يمكن أن يستخدمها في الفكاهات؛ عند القيام بذلك، فإنه لا يقوم بترفيه الجمهور فقط، بل يكتسب قدرته على إقناع الجمهور بكل أفكاره. وبالنسبة لمن سيقابلون ما يذكر المتحدث من الفكاهات بامتعاض ورفض، فإنه يمكنه التعامل معهم من خلال إخبار الجمهور بأنه يتمتع بروح رياضية. سوف يكتسب المتحدث تأييد الجمهور عندما يكون هو نفسه هدف الفكاهات، وهذه ميزة جيدة لكسب الجمهور في صفه.

لقد قال "شارلي شابلن" ذات مرة: "لكي تضحك بحق، يجب أن تكون قادراً على أن تضحك على آلامك." وهناك أمثلة عديدة يمكن أن يضحك فيها المتحدث من نفسه؛ فقد قالت إحدى المتحدثات ذات مرة إنها مديرة منزل كسولة لدرجة أنها تبلغ الشرطة كل عام عن جريمة سرقة حتى يأتي رجال الشرطة وينفضوا التراب في المنزل ليتمكنوا من رفع البصمات.

كلما كان الوضع الاجتماعي والوظيفي للمتحدث أعلى، زادت فعالية أن يكون هو محور الفكاهة مثل: "هنا في العمل، أنا رئيس مجلس الإدارة. أما في المنزل، فأنا رئيس بلا سلطات".

كيفية إلقاء الفكاهات والنكات

يستخدم المتحدث الذي يقوم بسرد القصص مجموعة من الأدوات للحصول على رضا الجمهور مثل الابتسامة وهز الكتفين والإيماءات المرحة أو التوقف بغرض ما وزيادة الحماس عند إنهاء القصة. ولكن إذا لم يكن المتحدث ماهراً بالفطرة في سرد القصص، فلا يزال بإمكانه أن يقوم بسردها بثقة. يمكن اتباع القواعد التالية عند إلقاء الفكاهات والنكات:

١- يجب ألا يوضح المتحدث للجمهور أنه سيلقي فكاهة؛ حيث يجب عدم الإشارة إلى روح الدعابة أو وعد الجمهور بها كأن يقول المتحدث: "هذه الفكاهة ستجعلكم تنفجرون في الضحك"، بل يكون من الأفضل مفاجأة الجمهور.

٢- يجب على المتحدث ألا يعتذر قبل البدء بأن يقول: "إنني لست كوميدياً بارعًا" أو "إنني لست متأكداً إذا ما كنت أستطيع أن أقول هذا بشكل صحيح"؛ حيث إنه من الصعب على الجمهور أن يقبل مثل هذه المقدمة السلبية حتى لو كانت الفكاهة مضحكة للغاية.

٣- يجب ألا يذكر المتحدث من الشخصيات أو الصفات أو الحقائق إلا ما له أهمية في القصة. فإذا ما قال المتحدث: "سارة سرين تعمل مدرّسة"، فكأنه يطلب بذلك من الجمهور الانتظار حتى تأتي اللحظة التي تتضح فيها فائدة ذكر الاسم والوظيفة. وفي حالة إذا لم يحدد المتحدث تلك الفائدة، فإنه ربما يفقد انتباه الجمهور بسبب توقع المستمعين لشيء آخر.

٤- يجب أن يكون هناك تواصل مباشر بالعين بين المتحدث والجمهور في أثناء إلقاء الفكاهة مع ضرورة الانتقال بالبصر من وجه إلى آخر وتحويل النظر من ركن في الحجرة إلى ركن آخر. علاوةً على ذلك، يجب أن يتدرب المتحدث على الفكاهات حتى يصل إلى الدرجة التي يشعر فيها بالارتياح في أثناء إلقاء الفكاهة.

٥- ينبغي الظهور بهيئة مريحة في أثناء إلقاء الفكاهة؛ حيث يجب على المتحدث الابتسام وإظهار الحماس والحيوية من خلال الصوت (والخطوات إذا كان المتحدث يتحرك). فلو لم يكن المتحدث مستمتعًا بالفكاهة، فكيف سيستمتع بها الجمهور؟

٦- يجب التحدث برشاقة وسرعة وحذف كل الكلمات غير المهمة. فالفكاهة الجيدة تقتصر على الكلمات الأساسية المهمة فقط ولا تشتت ذهن الجمهور بالتفاصيل غير الضرورية.

٧- ينبغي الالتزام بالكلمات البسيطة في أثناء إلقاء الفكاهة.

٨- يجب أن يتناسب وقت إلقاء الفكاهة مع الوقت الإجمالي للحديث؛ فيجب ألا يستخدم المتحدث فكاهة تستغرق ٣ دقائق في حديث مدته ٧ دقائق.

٩- ينبغي ألا يستعجل المتحدث انتهاء الجمهور من الضحك - فلا يفعل ذلك سوى المتحدثين المبتدئين. فيجب أن يستمتع المتحدث بالفكاهة كما يجب ألا ينتظر حتى ينتهي الجمهور تمامًا من الضحك حتى يواصل حديثه، ولكن يجب أيضًا ألا يتعجل بمتابعة الحديث ليقطع ضحك الجمهور.

١٠- يجب أن يتدرب المتحدث على إلقاء الفكاهة بأساليب مختلفة. كما يجب عليه دائمًا تقييم أدائه بعد الحديث والتفكير في طرق لتطوير وتحسين قدرته على إلقاء الفكاهات والطرائف. من ناحية أخرى، يجب ألا تكون الفكاهات قديمة. جدير بالذكر أن إضافة أو حذف بعض الكلمات أحيانًا ما يُحدث اختلافًا كبيرًا في الفكاهة.

١١- ينبغي أن يتقدم المتحدث في إلقاء الفكاهة حتى يصل إلى الذروة دون تحول في الأفكار أو انحراف عن هذا المسار.

١٢- يجب العمل على توصيل الفكرة التي يضحك فيها الجمهور بأسلوب واضح ودقيق.

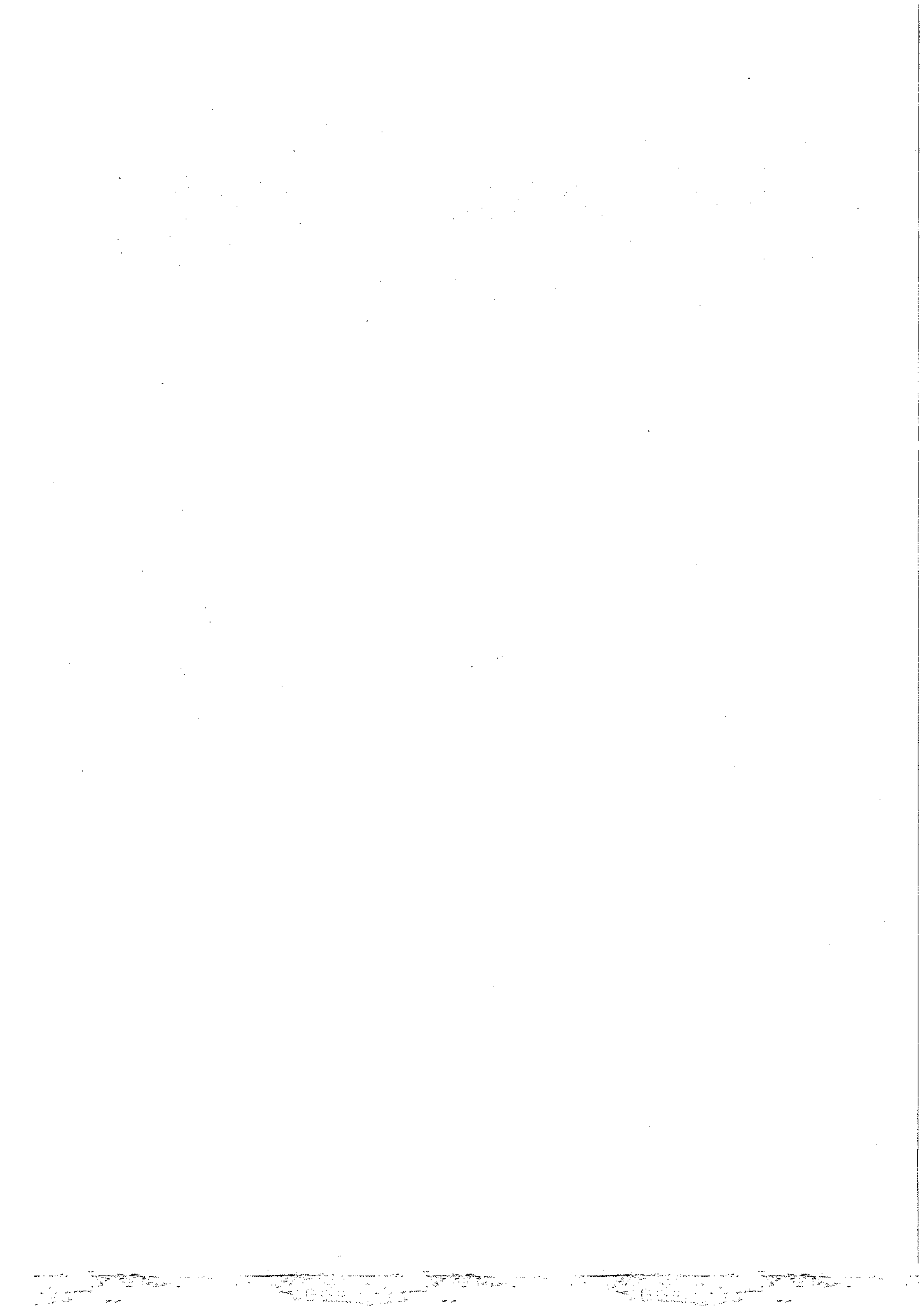
لقد قال "جون كيندي" إنه لا بد من أن نفعل كل ما يمكننا عمله من خلال الفكاهة. فالمتحدث الذي يتبع هذه النصيحة - ولا يسرف في استخدام الفكاهات، سيجد أن الفكاهة وسيلة جيدة ورائعة تساعده في إلقاء الحديث.

نصائح مهمة: طرق بسيطة لإضفاء روح الدعابة على الحديث

١- ابتكر عنوانًا مرحًا لحديث حول كيفية تجنب فيروسات الكمبيوتر.

٢- قدم حديثًا حول القيادة وقم بصياغة فكاهتين يمكن أن يشتمل الحديث عليهما. وفي الإعداد لهذا الحديث، استخدم الجرائد والمجلات والخبرات الشخصية كمصادر للحصول على هذه الفكاهات.

٣- ابتكر قصة مرحة عن أحد المواقف المحرجة أو عن أحد الأفراد الذين يمكن أن يكونوا محورًا للفكاهة.



الفصل الثامن عشر

التعامل مع المكان

يعد التحدث أمام الآخرين أمرًا صعبًا. وعلاوةً على هذا، يجب أن يُجيد المتحدث التعامل مع المكان الذي يلقي فيه الحديث وإدارته بنفسه. وحتى إذا كان هناك من يساعده، فالمتحدث هو المسئول الوحيد عن الحديث وكيفية إلقائه. ويعتبر المتحدث مسئولاً عن كيفية الظهور على المسرح وعن الأجهزة التي سيحتاج إليها والأدوات التي ستساعده ومكان وضع هذه الأجهزة والأدوات.

إن إجادة التعامل مع المكان ككل والجزئية التي يخاطب منها الجمهور لهي الضمان لفعالية الحديث: فقد يشعر المتحدث أنه لا يحتاج إلى هذه المهارة وقد يكون محقًا وقد يكون إلقاؤه سلسًا وقد توجد كل التفاصيل المهمة في موقعها الصحيح، ولكن هذا يتطلب نسبة عالية من الحظ؛ وأي متحدث محترف يعرف أنه لا يمكن الاعتماد على الحظ.

كما أن المتحدث المستعد يستطيع التحكم في جو الحديث عن طريق إجادة التعامل مع المكان والحجرة كما لو كانت امتدادًا للحديث. وبهذا، فإن المتحدث يعتمد على البيئة التي يتم فيها إلقاء الحديث حتى يستطيع توصيل أفكاره. وإذا لم يشعر الجمهور بالارتياح بسبب ضيق الحجرة أو عدم وجود مقاعد كافية، فقد تكون الكلمات رائعة، ولكن الجمهور سيقوم بعدّ الدقائق حتى ينتهي الحديث ويتمكن من المغادرة. ولذا، يجب أن يبذل المتحدث قصارى جهده للتحكم في البيئة التي يتم فيها إلقاء الحديث حتى يستطيع التحكم في كيفية تجاوب الجمهور مع الكلمات التي بذل مجهودًا كبيرًا في صياغتها. ويمكن أن يتضح من خلال إجادة التعامل مع المسرح قدر كبير من الثقة والموهبة لدى المتحدث. وسيوضح هذا الفصل كل ما يجب على المتحدث مراعاته قبل الذهاب إلى المنصة لإلقاء الحديث.

الاهتمام بالتفاصيل

كلما ازداد عدد أحاديثي، ازددت إدراكًا بما يمكن أن يحدث من أخطاء: حيث يكفي الأداء مرة واحدة بأسلوب سيئ ليمتنع المتحدث تمامًا عن إلقاء الأحاديث. ونتيجةً لهذا، فإن إجادة التعامل مع المكان وإدارته تبدو عاملاً مهمًا. بصفة عامة، هناك العديد من التفاصيل

التي يجب الاهتمام بها، ويقع معظم المتحدثين في خطأ التعامل مع هذه التفاصيل كأجزاء منفصلة. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث سيستخدم وسائل الإيضاح المرئية، فقد يقوم بفحص المعدات بعناية ولكن لا يركز على أفضل ترتيب لمقاعد الجمهور يتناسب مع عرض الشرائح.

وحتى أمهر المحترفين يمكن أن يظهروا بشكل سيئ إذا لم يقوموا بفحص ومراجعة كل شيء. على سبيل المثال، لقد حضرت ذات مرة مؤتمرًا كان المتحدث البارز فيه شخصية إعلامية معروفة ويعمل أيضًا كموسيقي. وعلى الرغم من أنه كان ينبغي أن يظهر بشكل أفضل من ذلك، فإنه كسر كل قواعد إلقاء الحديث المقنع. فقد قام بكتابة ملاحظاته على أوراق خفيفة وشفافة، بالإضافة إلى أن المنصة لم تكن واسعة بما يكفي لوضع الأوراق التي يقرأ منها وتلك التي لا يقرأ منها بجوار بعضها البعض. ولهذا، كان هناك إزعاج مستمر للجمهور بسبب أصوات خشخشة وحركة الورق. وبعدما ألقى حديثه، قام بوضع أوراقه غير المنظمة على البيانو الذي أحضره معه بغير عناية، وعندما عزف عليه، تساقطت الأوراق على الأرض مصدرة صوتًا مزعجًا. وليس هناك حاجة لأن نقول إنه فقد ثقة الجمهور به حيث ضحك الناس، ولم يكن الأمر يتطلب إلا دقائق قليلة من التفكير والتخطيط لإنقاذ الموقف.

بصفة عامة، فإن التعامل مع مسرح الحديث بأسلوب شامل هو الأفضل؛ وهذا يعني أن يكون لدى المتحدث وعي بكل ما يحتاج فحصًا أو مراجعة. وسيوضح هذا الفصل العديد من التفاصيل التي يجب على المتحدث الاهتمام بها مع القيام بعمل قائمة شاملة للفحص والمراجعة في النهاية. فإجادة التعامل مع مكان إلقاء الحديث مسئولية إدارية. كذلك، فالأداء المتميز البارز سواء أكان ذلك على المسرح أم في حجرة ليس إلا قمة الهرم. ويعتبر الأداء السلس النهائي الجزء المرئي من الجهد، أما ما يبذله المتحدث في البداية من جهد في الإعداد والإدارة، فلا يراه الجمهور. ولهذا، فإنه حتى أفضل الكلمات لن يكون من الممكن توصيلها للناس دون إجادة التعامل مع المكان.

ولقد قال "جورج برنارد شو" ذات مرة: "إن من يستمر في هذا العالم هو الذي يتحرك ويبحث عن الظروف التي يريدها. وإذا لم تتوفر له هذه الظروف، فإنه يصنعها". حتى يجيد المتحدث إدارة الحجرة، ينبغي أن يقوم بإعدادها بطريقة تجعله يستفيد منها كأفضل ما يكون.

من الواضح أن المتحدث لن يستطيع التحكم في كل الظروف التي يواجهها أو تغييرها، ولكنه يستطيع تغيير العديد من المشاكل الأساسية التي عادةً ما يتجاهلها المتحدثون. يعد هذا صحيحًا حتى إذا كان المتحدث جزءًا من ندوة أو يشارك مجموعة من المديرين في تقديم عرض تقديمي للشركة.

التفاصيل التي يجب الاهتمام بها

هذه هي التفاصيل الرئيسية التي يحتاج المتحدث إلى الاهتمام بها:

ترتيب المقاعد وحجم الحجرة

مع الوضع في الاعتبار الهدف من العرض التقديمي، يجب أن يقوم المتحدث بتحديد أفضل ترتيب لمقاعد الجمهور. ويجب ألا يقلق المتحدث بشأن تغيير ترتيب الكراسي عما حدده المتحدث السابق؛ حيث يمكن أن يعطي المتحدث الجمهور فترة راحة ليقوم فيها بذلك. وإذا كان المتحدث بصدد تحديد طريقة الجلوس مقدمًا، فيجب أن تكون لديه رؤية واضحة حول ما يحتاجه.

من ناحية أخرى، يعتمد ترتيب الكراسي أيضًا على درجة مشاركة الجمهور. فإذا كان الحديث أمام مجموعة كبيرة والمشاركة مقتصرة على فترة طرح الأسئلة والإجابة عنها، فيمكن أن يكون الترتيب المناسب بأسلوب القاعة؛ بحيث تكون المقاعد على شكل صفوف طويلة تواجه المتحدث. كذلك يمكن أن يكون الترتيب على شكل الفصل الدراسي؛ حيث يجلس الجمهور في صفوف قصيرة يتراوح عدد المقاعد فيها من ثلاثة إلى ستة ويكون أمامهم منضدة طويلة. من ناحية أخرى، فإن ترتيب المقاعد في القاعة على شكل حدوة حصان، الذي يتيح للجمهور الجلوس حول المتحدث، يكون أفضل له في حالة وجود عدد صغير من الجمهور لأنه يتيح للجمهور رؤية المتحدث وباقي أفراد الجمهور. وبهذه الطريقة، لا يبدو المتحدث منفصلاً ويستطيع الحركة فيما بين الجمهور.

علاوةً على ذلك، يجب أن يعرف المتحدث حجم الحجرة من قبل. فإذا كان على المتحدث الاختيار بين حجرتين إحداهما صغيرة إلى حد ما والأخرى كبيرة إلى حد ما، فيجب عليه أن يختار الحجرة الصغرى. كما يجب عليه أن يجعل الجمهور يجلس في اتجاه المقدمة وأن يستعين بشخص ليبعد الكراسي الشاغرة في الخلف من القاعة مع ترك القليل منها لمن يأتي متأخرًا.

ترتيب الأدوار في الحديث

إن لترتيب الأدوار في الحديث أهمية كبيرة. فإذا كان المتحدث واحداً من العديد من المتحدثين في برنامج، فيجب أن يعرف دوره في الحديث. وإذا كان ذلك ممكنًا، فيجب عليه أن يحاول الظهور في أول البرنامج؛ لأنه إذا كان في البداية أو النهاية، فسيتذكر الجمهور الحديث. ومن الأفضل الظهور في البداية، حيث إنه إذا كان المتحدث سيظهر في النهاية، فسيجد معاناة إذا استغرق باقي المتحدثين أكثر من الوقت المخصص لهم مما يؤدي إلى شعور الجمهور بالملل.

إذا كان المتحدث سيظهر في آخر البرنامج ورأى أن الوقت المتاح له محدود، فيجب عليه أن يجد طريقة لاختصار حديثه. حيث إنه من الأفضل أن يكون الحديث موجزًا ومختصراً بدلاً من أن يكون طويلاً مملاً. (ومن المؤكد أن الجمهور سيقدر هذا التصرف.)

أما إذا كان دور المتحدث في المنتصف، فيجب أن يحاول أن يكون دوره بعد فترة الراحة حتى يعد نفسه وأدواته. أما إذا لم يستطع المتحدث أن يجعل حديثه بعد فترة الراحة ولم يكن لديه وقت للإعداد، فيجب أن يبقي العرض التقديمي بسيطًا؛ حيث إن الجمهور الذي يضطر الانتظار لمدة ١٠ دقائق أو أكثر بينما يُنهي المتحدث كلامه سيفقد الحماس والرغبة في الاستماع.

أما إذا كان المتحدث هو الشخص الوحيد الذي سيتحدث، فإنه سيتمتع بأكبر قدر ممكن من المرونة والتحكم. كما يجب على المتحدث الذهاب مبكراً بقدر يكفي للتأكد من أن كل شيء في مكانه وعلى ما يرام. يكفي الذهاب مبكرًا ساعة قبل الحديث وخاصةً إذا كان الحديث في فندق يعتاد العاملون فيه على عمل تغييرات في الدقائق الأخيرة.

خشية المسرح

يفترض العديد من المتحدثين أنه يجب عليهم أن يتحدثوا من منطقة أعلى من مستوى جلوس الجمهور. ولكن حتى مع قصر قامتي، فإنني لا أقف على مكان عالٍ أو أستخدم منصة لأن ارتفاعها الأول والحاجز الذي تمثله الثانية يباعدان بين المتحدث والجمهور. ويجب أن يتذكر المتحدث أن تأثير الحديث يأتي من خلال قربه من الجمهور، وليس ببعده عنه. أما إذا كان المتحدث سيظهر خلف منصة، فيجب أن يعرف مستوى ارتفاعها وحجم المصباح الموجود (حتى يمكنه إحضار مصباح احتياطي). مرةً أخرى، إذا كان المتحدث يستطيع الاختيار،

فيجب عليه أن يُفصح عن رغبته. على سبيل المثال، لقد وصلت ذات مرة لإلقاء حديث ووجدت أن هناك منصة ضخمة وعالية وهذا ما لا أريده، ولقد حدث هذا الأمر لأنني ببساطة لم أفصح عن رغبتي في عدم استخدام المنصة.

الضوء والصوت

على الرغم من أن الإضاءة عادةً ما يهتم بها شخص آخر، فإن المتحدث لا يزال محتاجًا إلى الاهتمام بنوع الإضاءة التي يتطلبها الحديث والتأكد من أن هذا الضوء يتناسب مع الحجرة. ويجب أن يكون الضوء المستخدم براقًا مع ضرورة تجنب استخدام أضواء الفلوريسنت التي تُسبب الاكتئاب.

إذا كان المتحدث سيستخدم الشرائح، فيجب أن يقوم بتحديد موقع مفاتيح الإضاءة في الحجرة والنوافذ الكبيرة إن وجدت. فيجب على المتحدث معرفة إذا ما كان ضوء النهار سيجعل رؤية الشرائح أمرًا صعبًا؟ وهل استخدام الستائر متاح؟

أما الميكروفون، فهو من التفصيلات الفنية التي سيواجهها المتحدث في أثناء الإعداد للحديث. ويجب أن يستخدم المتحدث الميكروفون كلما أمكن ذلك حيث يسمح الميكروفون بتوضيح كل الفروق الدقيقة في الصوت. وإذا كان الحديث في حجرة صغيرة، يجب عدم استخدامه؛ حيث يكون الصوت المكبر أمرًا غير محتمل. وهناك أنواع عديدة من الميكروفونات، ويجب أن يعرف المتحدث نوع الميكروفون المتاح أو أن يقوم بإحضار واحد، وهذه هي بعض الاختيارات التي من الممكن أن يجدها المتحدث:

- **الميكروفون الثابت:** وعادةً ما يكون ملتصقًا بالمنصة وهو أكثر أنواع الميكروفونات تقييدًا للمتحدث؛ حيث إنه لا يسمح للمتحدث بالحركة على المسرح.
- **الميكروفون المثبت على قائم:** وهو نوع يتم وضعه على حامل يمكن تعديل ارتفاعه، وعادةً ما يُوضع في وسط المسرح. ويجب أن يتأكد المتحدث من أن ارتفاع الميكروفون مناسب له؛ فقد يكون المتحدث السابق قام بتعديله ليتناسب مع طوله مما يؤدي إلى أن يكون مستوى الميكروفون منخفضًا أو مرتفعًا. وأفضل وضع لمعظم المتحدثين هو أن يكون الميكروفون في مستوى الذقن وعلى بعد حوالي ١٥ سنتيمتر مما يتيح للمتحدث التحدث بأسلوب حواري مريح. كذلك، يمكن للمتحدث خلع الميكروفون من الحامل والتحرك به، ولكن في هذه الحالة يجب أن ينتبه المتحدث

للسلك الكهربائي. وذلك حيث يكون من السهل أن يتعثر المتحدث في السلك أو أن يعلق السلك في إحدى قطع الأثاث الموجودة على خشبة المسرح.

- **الميكروفون المحمول (يتم تثبيته في الملابس):** وهو أفضل الاختيارات التي يستخدمها المتحدثون اليوم. وهناك بعض الأنواع القديمة التي يكون متصلاً بها أسلاك والتي يفضل تجنب استخدامها بقدر الإمكان. ويعتبر الميكروفون المحمول الذي لا يشتمل على أي أسلاك أفضل اختيار للمتحدث؛ لأنه يسمح له بحرية الحركة على خشبة المسرح وحتى وسط الجمهور إذا كانت هذه هي رغبة المتحدث. لكن يجب أن يتذكر المتحدث إغلاق الميكروفون عند الذهاب لدورة المياه أو عند إجراء محادثة خاصة. تجدر الإشارة إلى أن العديد من المتحدثين المحترفين يحملون معهم الميكروفون اللاسلكي الخاص بهم أينما ذهبوا. وهذا اختيار جيد، لكن ستحتاج السيدات إلى ارتداء بدل بها جيوب قوية لأن هناك جزءًا من الجهاز يجب حمله.

عند البدء في الحديث، يجب على المتحدث ألا يلمس الميكروفون حتى لا يصدر عنه صوت. وإذا لمس المتحدث الميكروفون دون قصد، فكل ما عليه أن يبعد يده عن الميكروفون وسوف يتوقف الصوت. وإذا كان هناك صوت فرقعة قوي يصدر من الميكروفون، فيجب تعديل وضعه بحيث يتحدث الشخص في الميكروفون بزاوية بدلاً من التحدث بشكل مستقيم.

مهما كان نوع الميكروفون الذي اختاره المتحدث، فيجب التدريب على استخدامه. وإذا كان المتحدث يريد وضع ميكروفونات بين الجمهور، فيجب أن يقوم بالتنسيق مع الشخص الذي سيقوم بتشغيلها للتأكد من أنها تعمل. كما يجب أن يحاول المتحدث الحضور قبل بدء الحديث حتى يستطيع فحص الإضاءة وتجربة كل الميكروفونات واختبار مستوى الصوت.

الاهتمام بمتابعة الوقت المخصص للحديث

من المهم بالنسبة للمتحدث والجمهور أيضًا أن يضع المتحدث نصب عينيه الوقت المخصص للحديث. فإذا ما كان الوقت المحدد نصف ساعة وتجاوز المتحدث الوقت بمدة ١٠ أو ١٥ دقيقة، فلن تسير الأمور على ما يرام خاصةً إذا كان الحديث في أثناء ندوة أو مؤتمر؛ حيث يكون هناك العديد من المتحدثين ويتم تخطيط وإعداد الفقرات بعناية.

كما يستطيع المتحدث إحضار ساعة مكتب معه وأن يضعها في مكان – يراها هو ولكن لا يراها الجمهور. ويفضل استخدام هذا النوع (الذي يوضع أمامه) عن ساعة اليد؛ لأنه إذا

قام المتحدث بالنظر إلى ساعته كل عدة دقائق، فسيتكون لدى الجمهور انطباع بأن المتحدث لا يطيق الانتظار حتى نهاية الحديث. ويفضل بعض المتحدثين خلع ساعاتهم واستخدامها كساعة مكتب؛ ولكني لا أنصح بخلع الساعات؛ لأنني أعرف زميلاً لي فقد ساعة قيّمة لأنه نسيها بعد الانتهاء من حديثه. ويمكن أن يطلب المتحدث من شخص آخر الإشارة إليه عندما يكون المتبقي من الوقت خمس دقائق، وعندما يكون هناك دقيقة واحدة متبقية مع ضرورة ألا يكون هذا الشخص ممن ينسون سريعًا.

فحص حالة وسائل الإيضاح المرئية

يجب فحص كل جهاز يستخدمه المتحدث كوسيلة إيضاح في أثناء الحديث من حيث:

- ☑ الحالة العامة للجهاز
- ☑ انتظام النسق العام للفيلم
- ☑ مكان المفاتيح
- ☑ المصابيح الاحتياطية
- ☑ الأسلاك الاحتياطية وطول السلك
- ☑ ترتيب الشرائح أو الأوراق الشفافة الخاصة بجهاز البروجكتور
- ☑ حالة وموقع الشاشة
- ☑ الأقلام والأوراق الشفافة الاحتياطية الخاصة بجهاز البروجكتور

وسائل الإيضاح الأخرى

تشتمل وسائل الإيضاح الأخرى على أجزاء خاصة بها كالطباشير والمسّاحات بالنسبة للسبورة، ووجود العدد الصحيح عند استخدام النشرات المطبوعة والاستبيانات، والحامل عند استخدام لوحة العرض المعلقة. كما يجب أن يراجع المتحدث العرض التقديمي خطوة بخطوة قبل البدء بوقت كافٍ وأن يتأكد من وجود كل ما سيحتاج إليه. وبالنسبة لسلة القمامة، فيجب التأكد من وجود واحدة؛ حيث إنها من الأشياء التي غالبًا ما لا تكون موجودة في قاعات الاجتماعات. كذلك، يجب التأكد من وجود ما قد يحتاج إليه المتحدث لتثبيت أي من وسائل الإيضاح المرئية على الحائط. كما ينبغي أن يكون هناك شخص محدد لوضع وإزالة وسائل الإيضاح إذا لم يكن المتحدث سيقوم بذلك بنفسه. بصفة عامة، يجب أن يضع المتحدث في

ذهنه كل ما يحتاجه للنجاح في تقديم الحديث وذلك قبل أيام من الموعد المحدد. بطبيعة الحال، ستتنوع هذه الاحتياجات حسب نوع العرض التقديمي. ولهذا، يجب دائمًا أن يكون المتحدث مرنًا ولديه خطة بديلة.

الأجزاء الاحتياطية

كلما قل ما يتركه المتحدث للصدفة والظروف، كان ذلك أفضل. حيث نجد أن بعض المتحدثين يقومون بإحضار مجموعة من الأوراق الاحتياطية بالإضافة إلى المصابيح الاحتياطية والأسلاك وأقلام التظليل وكل ما يمكن أن يحتاجوا إليه. أما آخر شيء احتياطي قد يحتاج إليه أي متحدث فهو إعداد خطة بديلة يمكن الاستعانة بها في حالة تعطل جهاز البروجكتور.

شعور الجمهور بالارتياح

إن الجمهور الذي يشعر بالارتياح يستطيع التفاعل مع المتحدث. ولهذا، يهتم المتحدثون المحترفون بالتفاصيل التالية مما يعطي للحديث جاذبية عند الجمهور:

- وضع زجاجات وأكواب الماء على المناضد
- ضبط درجة حرارة الغرفة على مستوى مريح: حيث سترتفع درجة حرارة الغرفة عندما تزدحم بالناس. ولهذا، يجب أن تكون درجة الحرارة منخفضة؛ فلا يوجد شيء يساعد الجمهور على الشعور بالملل مثل ارتفاع درجة الحرارة داخل الغرفة.
- تحديد أماكن دورات المياه والهواتف العامة: إذا كان الحديث رسميًا، فمن المتوقع أن يقوم المذيع بتحديد كل هذه التفاصيل المهمة.

المساعدون

في العديد من الحالات، يقوم موظفو الفنادق بمساعدة المتحدث في أثناء العرض التقديمي. ولهذا، يجب أن يحتفظ المتحدث بأرقام هواتف ثلاثة أشخاص على الأقل لاستدعائهم في حالة الطوارئ. وهؤلاء الأشخاص هم مسئول من الفندق الرئيسي الذي يتم التعامل معه وشخص احتياطي له وثالث في حالة عدم وجود الشخصين الآخرين عند الحاجة إليهم.

العوائق التي تواجه المتحدث على المسرح

يمشي العديد من المتحدثين في الحجرة التي تكون مُصممة بدقة لتتناسب مع أحاديثهم، ولكن غالبًا ما يواجههم بعض العوائق الموجودة في الغرفة بشكل طبيعي. ومن الأشياء التي يجب الاهتمام بها:

- **طفايات السجائر والأكواب المتسخة:** يجب أن يتأكد المتحدث من أنه تمت إزالة الأشياء التي استخدمها المتحدث السابق له، وينطبق ذلك على الاجتماعات أيضًا.
- **وسائل الإيضاح المتروكة على الحائط:** في ذات مرة، كنت ألقي حديثًا في حجرة وكان من الواضح أن المتحدث السابق قد استخدم الحائط في توضيح الأمثلة، ما كان له أثر كبير في تشتت ذهن الجمهور. في هذه المرة، كان البرنامج مزدحمًا، ولم يكن لدي الوقت للتخلص من كل وسائل الإيضاح المعلقة. لكني أحرص الآن دومًا على أن أعرف من الذي سيتحدث قبلي وإذا ما كان سيستخدم وسائل إيضاح أم لا. علاوةً على ذلك، أحاول أن أطلب فترة استراحة قصيرة لإزالة جميع وسائل الإيضاح المعلقة، وذلك بعد استئذان منسق الاجتماع أو المؤتمر.
- **الجيران المزعجون:** إذا كان المتحدث سيقوم باستئجار غرفة في فندق، فيجب أن يعرف من سيكون في الحجرة المجاورة. على سبيل المثال، في إحدى ندوات التدريب التي كنت أحاضر فيها، كان هناك مجموعة من الناس يضحكون بصوت عالٍ في الحجرة المجاورة ولا يفصل بين الحجرتين إلا جدار مما أدى إلى التشويش على الحديث. وبالطبع، ليس من الممكن دائمًا التحكم في من سيوجد في الحجرة المجاورة، ولكن يمكن للمتحدث أن يستفسر ويوضح كذلك ما يفضله ويحتاج إليه.

توضيح المتحدث لرغباته

إنني دائمًا ما أقوم بإرسال قائمة كاملة بالمتطلبات التي سأحتاج إليها – من وسائل إيضاح مرئية وغيرها – إلى المؤسسة التي سترعى حديثي. يجب أن يكون المتحدث محددًا بقدر الإمكان؛ حيث إذا كان المتحدث يعتقد أنه يوضح أمرًا بشكل مبالغ فيه، فيجب ألا يثنيه ذلك عن توضيحه. ويجب ألا يفترض المتحدث أن هذا الأمر واضح بالضرورة؛ ففي ذات مرة طلبت أن يتم ترتيب الحجرة على شكل فصل دراسي لأنني كنت سأدير حلقة تدريبية، ولكن عندما وصلت لم يكن هناك مناضد لكي يكتب عليها الناس. وقد حدث ذلك على الرغم من أنني

كنت قد ذكرت أن وجود المناضد سيكون أمراً ضرورياً. ولحسن الحظ، فقد وصلت قبل الموعد المحدد بساعة وتمكنت من إحضار بعض المناضد. ولهذا، يجب أن يحرص المتحدث على أن يكون لديه وقت كافٍ قبل بدء الحديث حتى يستطيع التصرف في المواقف المتأزمة.

علاوة على ذلك، فإن إجادة إدارة مكان التحدث تعد من الأشياء الحيوية قبل أي اجتماع مهم أو أي حديث. على سبيل المثال، إذا كان هناك اجتماع مع رئيس العمل لمناقشة استراتيجية القسم في العام القادم، فيجب أن يقوم المتحدث بتحديد الوقت جيداً وأن يكون الاجتماع في مكان لا يوجد به أي تشويش أو إزعاج.

كذلك يجب على المتحدث فحص ومراجعة كل التفاصيل والاستعانة بنسخ من قوائم المراجعة الموجودة في نهاية هذا الفصل. فيجب ألا يدع المتحدث تفاصيل إدارة مكان التحدث تؤثر سلبًا في أدائه؛ حيث إنه إذا أدرك أنه مسيطر على جميع التفاصيل، فإنه يبدو أكثر احترافًا وارتياحًا ثم ينقل هذه الأمور الإيجابية بعد ذلك إلى الجمهور. وعندما يتمكن المتحدث من إدارة كل ما حوله، فإنه سيكون في وضع أفضل للتعامل مع الأسئلة التي يوجهها له الجمهور في نهاية العرض التقديمي.

بالنسبة للمتحدثين الذين يسافرون لإلقاء حديثهم، فهناك قائمة مراجعة خاصة بوسائل المواصلات. أما القائمة الأخيرة فهي عبارة عن قائمة مراجعة للعرض التقديمي يمكن أن يستفيد منها المتحدثون المحترفون وكل من يقوم بتقديم عروض تقديمية بشكل متكرر.

نصائح مهمة: إجادة التعامل مع مكان التحدث

١- قم بعمل قائمة خاصة بك بالتفاصيل التي يجب فحصها والتأكد منها قبل العرض التقديمي القادم.

٢- في المرة القادمة التي تحضر فيها اجتماعًا، تخيل أنك من يدير هذا الاجتماع. ما الأمور التي ستقوم بها بشكل مختلف؟ وما الذي يمكنك تعلمه من طريقة تنظيم هذا الاجتماع؟

قائمة مراجعة بكيفية إدارة مكان التحدث

١– هل أحتفظ برقم تليفون أحد الخبراء أو أي شخص يستطيع المساعدة بسرعة في حالة الضرورة؟

٢– هل قمت باختبار كل المعدات ووسائل الإيضاح المرئية قبل البدء في الحديث؟

٣– هل أعرف مكان المفاتيح مثل مفتاح تشغيل جهاز البروجكتور؟

٤– ما الأشياء التي أحتاج إلى وجودها؟

الماء ________ المنضدة ____________

المنصة ________ الكرسي ____________

المؤشر ________ أقلام التأشير ____________

الميكروفون ________ جهاز كمبيوتر ____________

٥– هل فحصت المتطلبات الضرورية لكل من:

الإضاءة ________ درجة الحرارة ____________

مكيف الهواء ________

٦– ما الأدوات التي سأستخدمها؟ وهل كل شيء يعمل ونظيف؟ وهل هناك أي أجزاء احتياطية لهذه الأدوات؟

أ– جهاز البروجكتور

العدسات والأشياء الملحقة بالجهاز ________ جهاز التحكم عن بعد ________

الحامل ________ موقع الشاشة ________

مقاس الشاشة ________

ب– لوحات العرض المعلقة

النوع ________ المشابك المعدنية ________

مقاس الورقة ________

جـ- السبورة

المقاس ______ الموقع ______

الممحاة ______

د- كاميرا الفيديو والشاشة

الموقع ______ تعليمات التشغيل ______

اللون ______ مقاس الشريط (١/٢ أو٣/٤) ______

هـ- الميكروفون

النوع ______

مكان الميكروفون (أو أكثر) المخصص للجمهور ______

و- جهاز الكمبيوتر

مصدر للكهرباء (عند الضرورة) ______ قرص البرنامج (عند الضرورة) ______

٧- هل تم إعداد الحجرة تماماً مثلما أحتاج وكما طلبت، على سبيل المثال، هل تم ترتيب المقاعد كما في الفصل الدراسي أو المسرح أو على شكل حدوة حصان؟ ______

٨- هل تم إعداد بطاقات بأسماء الحاضرين من الجمهور (عند الضرورة)؟ ______

٩- هل أستطيع رؤية الساعة الميقاتية بوضوح؟ ______

١٠- هل وضعت في الحسبان وقت فترات الاستراحة؟ ______

١١- هل أعرف مكان دورات المياه والتليفون؟ ______

١٢- هل يجب أن أتبع أي بروتوكول خاص؟ ______

التعامل مع مكان التحدث وإدارته: قائمة مراجعة شخصية

١- هل أحتفظ بساعة ميقاتية خاصة بي؟ ______

٢- هل أبدو أنيقًا ومنسقًا؟ ______

٣- هل أحضرت:

النظارة؟ ______ المؤشر الخاص بي؟ ______

٤- هل أحتفظ بكل الأدوات الإضافية الخاصة بي؟

الملاحظات ______ وسائل الإيضاح المرئية ______

أقلام التظليل ______ نسخة إضافية من المقدمة ______

أدوات إضافية أخرى ضرورية:

مشابك الورق ______ شريط لاصق ______

شريط من ورق حائط ______ جهاز تسجيل أو مشغل أسطوانات ______

أدوات أخرى: ______

______

٥- هل هناك أي شيء آخر أعلم أني سأحتاج إليه؟

______

______

______

______

______

قائمة مراجعة خاصة بوسائل المواصلات

موعد السفر ______

مكان المغادرة ______

وسيلة الانتقال ______

موعد ورقم رحلة الطيران ______

موعد الوصول ______

المواصلات البرية ______

الترتيبات الخاصة بالشخص الذي سيصطحبني

الاسم ______

الموعد ______________________

المكان ______________________

التعليمات الخاصة بفندق أو مكان إلقاء الحديث

المسافة بين المطار ومكان إلقاء الحديث (بالزمن والكيلومترات)

____

شحن الأدوات والمعدات

الطريقة ______________________

موعد الشحن ______________________

الشخص المسئول ______________________

موعد وصول الشحنة ______________________

أشياء أخرى يمكن ______________________

إضافتها ______________________

____

قائمة مراجعة العرض التقديمي

هذه القائمة مفيدة بصفة خاصة للمتحدثين الذي يقومون بشكل متكرر بتقديم عروض تقديمية خارج المؤسسات التي يعملون بها.

موعد البرنامج ______________________

اسم الشخص المسئول ______________________

اسم المؤسسة ______________________

اسم القسم ______________________

عنوان المؤسسة:

الشارع ______________________

المدينة ____________________

المحافظة ____________________

رقم التليفون ____________________

عنوان البريد الإليكتروني ____________________

نوع الاجتماع ____________________

عنوان العرض التقديمي ____________________

العنوان الفرعي ____________________

عدد الحاضرين ____________________

نوعية الجمهور ____________________

إعداد الحجرة ____________________

جودة المبنى ____________________

جودة المعدات ____________________

جودة وسائل التهوية ودرجة الحرارة ومكيف الهواء ____________________

جودة الإضاءة ____________________

الملابس التي ارتديتها ____________________

تعليقات أخرى ____________________

____

____

الأشياء التي يجب القيام بها بعد انتهاء العرض التقديمي

قراءة بطاقات التقييم ____________________

جمع أدوات المتابعة ____________________

تصنيف الأدوات ____________________

تنظيف الملف الخاص بالعرض التقديمي ____________________

تخزين مجموعتين من النشرات المطبوعة ____________________

إرسال فاتورة إذا كان هذا ملائماً ____________________

كتابة رسائل شكر إلى كل من: ____________________

____

الأشخاص الأساسيون في الاجتماع

المقدم ____________________

المتحدثون الآخرون ____________________

الأشخاص ذوو الأهمية الخاصة ____________________

____

____

الأشخاص المتميزون ____________________

____

____

معلومات متنوعة: ____________________

____

____

____

____

____

____

الجزء الخامس

التحدث في مواقف خاصة

الفصل التاسع عشر
كيفية التعامل باحتراف مع وسائل الإعلام

على الرغم من أن فترة الأسئلة والإجابات مع الجمهور تثير الخوف، فإن هذا الخوف يتلاشى عند مقارنته بالقلق الذي يحدث عند مواجهة وسائل الإعلام. ويواجه المتحدثون المتخصصون في مجال الأعمال اهتمام الصحافة بكل ما يقولونه، وقد تريد بعض وسائل الإعلام مقابلة المتحدث بعد الانتهاء من إلقاء حديث مهم. ولهذا، يجب على المتحدث أن يهتم بهذه المقابلات مع الصحافة أو التليفزيون. ولكي يترك المتحدث انطباعًا مؤثرًا في المقابلة، يجب الاستعداد جيداً لها مثل الاستعداد لإلقاء الحديث.

إذا لم يكن المتحدث شخصًا مشهوراً، فمن غير المحتمل أن يكون لشخصيته تأثير على اهتمام وسائل الإعلام. إن العاملين في هذا المجال دائمًا ما يبحثون عن قصة جديدة؛ وإذا كان المتحدث يريد إرضاء وسائل الإعلام وترك انطباع جيد، فلا بد من أن يزودهم بهذه القصة. ولأن وسائل الإعلام ستكتب أو تبتكر قصة مهما كان الكلام الذي قاله المتحدث، فيجب أن يخبرهم المتحدث بقصة يريد أن يتم نشرها، وهنا تتضح أهمية عملية الاستعداد للمقابلة.

تحديد الأهداف قبل المقابلة

قبل المقابلة مع وسائل الإعلام، يجب أن يحدد المتحدث أهدافه والأفكار الرئيسية التي يريد توصيلها أثناء المقابلة. على سبيل المثال، ما نوع أو شكل القصة التي يريد المتحدث أن يقرأها عن موضوعه أو عن شركته عندما يستيقظ في الصباح ويقرأ الصحف؟

بصفة عامة، مهما كان المتحدث مستعداً بشكل جيد، فإنه لن يتم سرد القصة بالكامل من منظوره. وحتى إذا تمت تلبية رغبة المتحدث وسردت القصة من منظوره فقط، فقد يتم عرضها بطريقة تغير وجهة نظر الجمهور حول المتحدث بشكل لم يخطط له. من الأمثلة على ذلك أن شخصًا مشهوراً جاء زائرًا لمدينة كبيرة لإلقاء حديث في مأدبة؛ ولأنه كان يريد أن يعيد ذكر بعض القصص التي استعان بها في الحديث في اجتماع سيحضره في اليوم التالي، فقد طلب من الصحفيين الحاضرين في المأدبة عدم نشر هذه القصص. ما حدث بعد

ذلك إلا أن كتب أحد الصحفيين تعليقًا عن حديث هذه الشخصية ثم ختم مقاله بهذه العبارة: "وقد قام سيادته بسرد الكثير من القصص التي لا يمكن نشرها."

ما الدرس الذي يمكن تعلمه من هذا الموقف؟ إذا كان المتحدث سيُجري حواراً مع أحد رجال الصحافة، فيجب أن يتأكد من أنه قام بتحديد الأفكار الرئيسية التي يريد توصيلها وأن المحاور قد توصل لهذه الأفكار ولم يتحول اهتمامه إلى أي أجزاء أخرى في الحديث لا يريد المتحدث التركيز عليها. على سبيل المثال، إذا كان الحوار عن منتج جديد، فيجب أن يحدد المتحدث بشكل سابق فوائد المنتج التي يريد توصيلها للجمهور وأن يجعل هذه الفوائد واضحة في ذهنه مع التركيز عليها أثناء حواره.

يجب ألا يحيد المتحدث عن هذه الأهداف مهما كان المحاور عنيداً. فعندما كنت في جولة للترويج لكتاب عن الأسئلة الذكية والنجاح في الإدارة، ظل أحد المحاورين يركز طوال الحوار على حقيقة أنه كان يعتقد أنه يمكن أن تكون الأسئلة خادعة. وفي كل مرة يثير فيها المحاور هذه النقطة، كنت أجيب عليه قائلة: "دعني أشرح لك كيف يمكن استخدام الأسئلة بطريقة إيجابية..." وأستمر في شرح الأمثلة. فلم أقع أبداً تحت ضغط سؤاله المستمر في فخ التحدث عن إمكانية أن تكون الأسئلة خادعة: ودائمًا كنت أركز على هدفي وهو عرض كيف يمكن أن تكون الأسئلة بنّاءة.

يجب على المتحدث التأكد من أن أفكاره ستهم الجمهور على نطاق واسع. حيث إن الصحف والتليفزيون والإذاعة هي منتديات عامة، ويعرف المراسلون أن القصص الجديدة يجب أن ترتبط باهتمامات الجمهور العامة.

الإعداد للحوار

يكون الإعداد أكثر أهمية عند مواجهة حوار منه عند إلقاء حديث. فعلى الرغم من أنه من الممكن إلقاء حديث بشكل ارتجالي ودون إعداد – ويخرج في شكل جيد إلى حد ما، فإنه من الصعب جداً أن يدخل المرء في حوار دون إعداد ولا يقول شيئًا يندم عليه فيما بعد. وفيما يلي بعض الأساسيات التي يجب على المتحدث المحترف أن يعتنى بها قبل الظهور مباشرةً على الهواء في أحد الحوارات أو المقابلات الشخصية:

- مشاهدة حلقات من البرنامج الذي سيظهر فيه أو الاستماع إليه؛ بحيث يستطيع المتحدث التعرف على أسلوب المحاور ومدة الحلقة والضيوف الحاضرين

● التفكير بشكل سابق في الأسئلة التي سيواجهها – الأسئلة الإيجابية والأسئلة الاستفزازية – مع ضرورة التدريب على كلا النوعين

● وضع قائمة بالأسئلة المناسبة وإرسالها مع أية معلومات داعمة أخرى قد تكون ضرورية للمحاور قبل موعد الحديث بوقت كافٍ، ويفضل أن يكون مع المتحدث مجموعة إضافية أخرى من الأسئلة. لكن يجب على المتحدث الاستعداد لمواجهة المحاور واضعًا في اعتباره أنه ربما لم يقرأ قائمة الأسئلة التي أرسلها له. من الممكن ألا يكون المحاور قد استعد جيداً، لكن يجب أن يكون المتحدث مستعداً دائمًا.

قواعد الحوار

يظهر بعض الناس في اللقاءات والحوارات بشكل متميز وبعضهم لا ينجح. والمتحدث الناجح غالبًا ما يكون ملمًا بهذه القواعد التالية للمقابلات الشخصية:

١- يجب أن يكون المتحدث متحمسًا وأن يظهر حماسه للموضوع الذي يتحدث فيه؛ حيث إن المتحدث موجود في الحوار لسبب وهو التواصل. فإذا لم يبدِ المتحدث بعض الحماس والاقتناع، فسيشعر كل من المحاور والجمهور بالملل.

٢- يجب تجنب الإجابة بنعم أو لا فحسب؛ حيث إن هذا الوقت لا ينبغي فيه الإيجاز. فيجب الإسهاب في الإجابات لصالح المحاور الذي يحاول تقديم برنامج أو مقال مثير للانتباه. كما أن المتحدث لن يستطيع عرض أهدافه إذا اعتمد على أن يقوم المحاور بطرح الأسئلة المناسبة تمامًا؛ فأحيانًا ما يكون على المتحدث أن يرشد المحاور إلى السؤال المناسب عن طريق الوصول إلى نقطة من نقطة سابقة.

٣- يجب تبسيط لغة الحوار؛ فينبغي أن يبدو المتحدث كما لو كان يحاور صديقًا ويتجنب استخدام الألفاظ المعقدة المتخصصة. كما يجب أن يجعل المتحدث الحوار كما لو كان محادثة ممتدة وليس قراءة جافة لبعض المعلومات والحقائق.

٤- يجب ألا يُفصح المتحدث عن أية معلومات متعلقة بالمنافسين أو معلومات خارج الموضوع أثناء الحوار. حيث إن معظم الحوارات تكون قصيرة؛ ولذا، يجب أن يحاول المتحدث تحقيق أهدافه بأفضل صورة ممكنة.

٥- يجب توجيه الخطاب إلى الجماهير؛ حيث إنه من المفترض أن المتحدث موجود لأن لديه معلومات تهم الجمهور العام. لهذا، يجب أن يعرف الجمهور هذه المعلومات، وذلك بأن يقوم المتحدث بإشراكه في الحديث بتوجيه الخطاب إليه قدر الإمكان.

٦- إذا ارتكب المحاور خطأً أو قال شيئًا يشعر المتحدث أنه غير حقيقي، فيجب تصحيحه على الفور لئلا يستمر سوء الفهم. ذلك لأنه إذا لم يقم المتحدث بتصحيح العبارة الخاطئة، فهذه تعتبر موافقة ضمنية. لذا، يجب أن يُعلن المتحدث عدم موافقته بأسلوب مهذب على الفور.

٧- يجب على المتحدث أن يجيب بشيء ما مهما كانت صعوبة السؤال؛ حيث إن الإجابة بقول "لا تعليق" تساوي الاعتراف بوجود خطأ ما.

٨- يجب توجيه الشكر للمحاور بعد الحوار. فهذه لمسة ذوقية يتجاهلها معظم الضيوف ويمكن أن تمهد الطريق لحوار تالٍ.

هناك ثلاثة أنواع من المقابلات في وسائل الإعلام سائدة اليوم وهي مقابلات التليفزيون والإذاعة وحوارات الوسائل المطبوعة (الصحف والمجلات). ولكل نوع من هذه الأنواع أساسيات في التعامل بالإضافة إلى القواعد السابقة.

أساليب التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة

التليفزيون

ما يجب القيام به وما ينبغي تجنبه أثناء الحوار التليفزيوني

١- يجب الذهاب مبكرًا إلى الاستديو لكي يألف المتحدث المكان ويشعر بالراحة.

٢- سوف يتم أولاً عمل مكياج المتحدث (يجب أن يعرف المتحدث مقدمًا إذا ما كان هناك مكياج أم لا؟).

٣- بعد الانتهاء من المكياج، سيتم اصطحاب المتحدث إما إلى الغرفة الخضراء (حجرة الانتظار) أو الانتقال مباشرةً إلى موقع التصوير.

٤- في أثناء هذه الفترة، يجب أن يشرب المتحدث مياه بدرجة حرارة الغرفة - وليس قهوة - مع التنفس بعمق.

٥- عند الجلوس في موقع التصوير، يجب أن يقوم فريق العمل بتثبيت الميكروفون الخاص بالمتحدث.

٦- يجب أن يستفسر المتحدث من المخرج عن أي شيء يحتاج إليه، وهو سيقوم بدوره بتحويل هذه الأسئلة والمتطلبات لحجرة التحكم.

٧- يجب أن يسأل المتحدث المخرج عن الجهة التي سينظر إليها؛ سوف يقوم الضيف على الأرجح بتركيز بصره على المحاور فقط.

٨- يجب أن يستفسر المتحدث من المخرج عن الكاميرا التي تستخدم في التصوير من قرب وعن استخدام باقي الكاميرات.

٩- يجب أن يحاول المتحدث إظهار الدفء والطلاقة على وجهه وفي صوته.

١٠- يجب ألا تهتز ثقة المتحدث بنفسه بالتفكير في كل هؤلاء المشاهدين.

١١- يجب التفكير في الحوار على أنه محادثة شيقة مع أحد المشاهدين بالمنزل.

١٢- من الممكن أن تكون الكاميرا موجهة إلى المتحدث طوال الوقت؛ ولهذا، يجب أن يراعي المتحدث كل ما يفعله.

١٣- يجب ألا ينظر المتحدث إلى نفسه على الشاشة؛ حيث إن هذا قد يشوش على تركيزه. كما يجب عليه أن يسأل المخرج إذا ما كان من الممكن إبعاد الشاشة خارج نطاق رؤيته.

عندما يكون المحاور في موقع والمتحدث في موقع آخر يتحدث إلى كاميرا التليفزيون:

١٤- يجب على المتحدث النظر مباشرة إلى عدسات الكاميرا وليس إلى شاشة التليفزيون أو إلى أي ركن في الحجرة.

١٥- يجب أن يتخيل المتحدث عدسات الكاميرا كما لو كانت عين المحاور وأن يكون صوته هادئًا وجذابًا.

١٦- يجب الاستمرار في النظر إلى العدسات حتى إذا كان هناك ضيف آخر يتحدث.

١٧- إذا كان هناك ضيوف آخرون على الهواء مباشرةً، فيجب توجيه الخطاب إليهم - وعدم التخاطب معهم من خلال المحاور.

١٨- يجب أن يتكلم المتحدث مع الطرف الآخر كما لو كانا في الحجرة نفسها - ينبغي ألا يتحدث بصوت جهور.

١٩- يجب على المتحدث أن يجعل وجهه طلقًا ليظهر أسلوبه الجذاب.

٢٠- يجب أن يتكلم المتحدث بنبرة هادئة وغير رسمية في الحوار.

٢١- يجب أن يتأكد المتحدث من تثبيت سماعات الأذن بدقة؛ وإذا ما تحركت السماعات، يجب تثبيتها برفق ثم الاستمرار في الحديث.

٢٢- يجب على المتحدث ألا ينظر بعيداً عن الكاميرا أثناء السؤال أو أثناء حديث أحد الضيوف الآخرين.

٢٣- إذا لم يستطع المتحدث سماع السؤال، فيجب أن يطلب من السائل بأدب إعادة ذكر السؤال.

أساليب التواصل اللفظي وغير اللفظي في التليفزيون

التواصل اللفظي:

- ضبط سرعة الصوت: إن الكلام السريع جداً أو البطيء جداً يُحبط المشاهدين. ولذا، يجب أن يقوم المتحدث بالتنويع وضبط سرعة صوته للحفاظ على انتباه سامعيه.
- مراعاة نبرة الصوت: يساعد التغيير في التشديد الذي يضعه المتحدث على الكلمات في لفت انتباه المشاهد للأفكار المهمة.
- استخدام الوقفات: إن التوقف عن الكلام قبل وبعد الكلمات الرئيسية يؤكد على أهمية تلك الكلمات.
- استخدام نبرة واثقة: تصل الثقة للمشاهد عن طريق التحدث بهدوء وتروٍ مع استخدام نبرة ودودة، كما يجب أن يكون أسلوب المتحدث كما لو كان في محادثة مع صديق.
- اختيار الكلمات بدقة: إن اللغة اليومية الواضحة ضرورية لكي يستطيع المشاهد فهم الحوار. كذلك، يجب تجنب استخدام اللغة المتخصصة أو المصطلحات المعقدة أو الجمل الطويلة حتى لا يشعر الجمهور بالملل.
- الاحتفاظ بمستوى عالٍ من الطاقة والحماس: إن هذه الطاقة التي يظهرها المتحدث تجعل المشاهد يتذكر الحوار، ويجب ألا يكون مستوى الصوت ضعيفاً في نهاية الجمل.
- التواصل مع أحد أفراد الجمهور
- عدم التفكير في حجم الجمهور

- توصيل الحيوية والدفء ومراعاة المودة عند اختيار الكلمات
- الحفاظ على التهذيب ولكن مع الثقة
- الإيجاز في الجمل
- تجنب استخدام بعض الأصوات التي تدل على التردد والتلعثم مثل "إه" و "إم"

يجب أن يتصف المتحدث بهذه الصفات	يجب البعد عن الظهور بهذه الصفات
التواضع	التعالي والغرور
العقلانية والتفتح	العدوانية والهجوم
الاسترخاء والمودة	ضيق الأفق
الإيجابية	السلبية
الثقة	التكلف في إظهار الثقة

التواصل غير اللفظي:

- الوجه البشوش: إن هذا الوجه يعمل على توصيل شعور المتحدث بالكلمات؛ ولهذا، يجب أن يرفع المتحدث حاجبيه وأن يجعل وجهه طلقًا.
- إظهار التوازن في الكلام بين الهدوء والتعقل من ناحية والحماس من ناحية أخرى
- نقل مشاعر الدفء والطمأنينة إلى الجمهور من خلال تعبيرات الوجه ولغة الجسد
- الحفاظ على التواصل المباشر مع المحاور من خلال نظرات العين مع الحرص على عدم التحديق في وجهه بشكل ثابت
- الابتسام بقدر الإمكان
- عدم التشويش باستخدام إشارات وإيماءات لا حاجة لها

وضع الجسم:

- عدم الانحناء بالكتفين إلى الأمام
- الجلوس مع استقامة الجذع وعدم الاستناد إلى أحد الجانبين
- وضع القدمين على الأرض أو وضع إحدى الساقين على الأخرى في اتجاه المحاور بعيدًا عن الكاميرا

- وضع الكوعين على مقبضي الكرسي وعدم الاستناد على أحد الذراعين أو وضعه بالخلف
- عدم الميل بالرأس إلى أحد الجانبين لأن هذا المظهر ينم عن عدم ثقة أو ضعف؛ ولذا، يجب أن تكون الرأس مرفوعة لأعلى

ملابس ومظهر الرجال:

- تجنب ارتداء البدل المكونة من ثلاث قطع؛ لأن هذا المظهر يبدو متكلفًا ورسميًا جدًا
- عدم ارتداء البدل السوداء؛ لأنها تعطي انطباعًا بانعدام الثقة
- تجنب ارتداء الألوان الصارخة أو الأشكال غير المألوفة: إن المظهر المتحفظ مع استخدام الألوان الهادئة – وخاصةً الرمادي والأزرق – يعمل على تعزيز صورة المتحدث. ويعتبر الأزرق البحري أكثر الألوان جاذبية (ما عدا الرجال الذين تكون بشرتهم فاتحة، وفي هذه الحالة، يُفضل ارتداء الرصاصي الغامق)
- الابتعاد عن القمصان التي تكون عليها كتابة أو المخططة أو ذات الأكمام القصيرة
- ارتداء قميص أبيض أو لبني
- ارتداء رابطة عنق ذات لون جذاب تناسب لون الوجه: يجب التأكد من أن رابطة العنق مستقيمة وملامسة لحد الحزام
- الاهتمام بتهذيب الشارب أو اللحية: يجب التأكد من أن الشفة العليا واضحة وظاهرة للعيان. ولأن الشارب أو اللحية يقلل من النطاق الذي تظهر من خلاله تعبيرات الوجه، فيجب أن يعوض المتحدث ذلك بمزيد من الحيوية والطلاقة. وإذا كان المتحدث أصلع أو تراجع لديه منبت الشعر إلى الوراء قليلاً، فسيحتاج إلى استخدام بعض البودرة حتى لا تلمع الجزئية الخالية من الشعر.

ملابس ومظهر السيدات:

- الابتعاد عن ارتداء الملابس الصارخة
- تجنب ارتداء الملابس القصيرة أو الشفافة والحرص على الاحتشام
- تجنب الألوان البراقة أو الباهتة والتي قد تجذب انتباه الجمهور بشدة إليها أو تصرفه تمامًا

- ارتداء الألوان القوية التي تنطوي على الثقة: ومن أمثلة هذه الألوان الأزرق والأحمر (غير البراق) والأخضر الزمردي. وفي هذه الأيام، يعتبر الأسود أيضًا من الألوان الجيدة.
- ارتداء جاكيت وبنطلون فضفاض أو جونلة أو ارتداء فستان ذي تصميم جيد. يجب تجنب ارتداء الفساتين غير الرسمية
- ارتداء الحلي بالقدر المعقول
- تجنب ارتداء البلوزات البيضاء (ما لم تكن مع جاكيت) وكذلك البلوزات المخططة التي تشوش على عدسات الكاميرا وتتسبب في مشكلات في الصورة

المظهر والملابس بالنسبة لكل متحدث:

- من الممكن أن يؤكد الملبس على هدف المتحدث ونبرته ويظهر ثقته بنفسه.
- إذا لم يكن هناك بد من ارتداء المتحدث لنظارة، يمكنه ذلك – ويفضل أن تكون عدساتها غير عاكسة للضوء. كما يجب تجنب ارتداء النظارات ذات الإطار الصغير أو التي تحجب نظرات عين المتحدث عن الجمهور.

التعامل مع الكاميرا

- ربما يستهوي المتحدث النظر إلى الكاميرا؛ لكن يجب عليه أن يواجه المحاور طوال الوقت.
- تحدث الأشياء سريعًا في التليفزيون؛ فالحوار الذي يستغرق نصف ساعة في الراديو وساعة في الصحيفة يستغرق فقط أربع دقائق في التليفزيون. ولهذا، يجب أن يعرض المتحدث أفكاره بسرعة بقدر الإمكان؛ فالحديث في التليفزيون بطبيعته لا يحتاج إلى التعمق. كذلك، يجب ألا يكرر المتحدث السؤال؛ فما ذلك إلا مضيعة للوقت. وبدلاً من ذلك، يمكن توضيح السؤال أو إعادة صياغته إذا كانت هناك ضرورة ثم الإجابة عنه بأسلوب مختصر وشامل.
- يجب التأكد من أن المتحدث قد استطاع أن يعرض فكرته الرئيسية مرة على الأقل في أثناء الحوار مهما حاول المحاور الحياد عنها؛ حيث إن المتحدث موجود لكي يعرض فكرته. ولهذا، يجب أن يتأكد من وصولها للمشاهد.

■ قد يطلب من المتحدث تقديم عرض تقديمي قصير في التليفزيون (وذلك مقارنة بالمشاركة في مقابلة شخصية وحوار). وفي هذه الحالة، يمكن أن يقرأ المتحدث من الجهاز الذي يستخدمه مذيعو النشرات الإخبارية مما يساعده على القراءة مع النظر إلى عدسات الكاميرا. وهناك بعض الأنواع الحديثة التي تعرض نص الحديث على عدسات الكاميرا نفسها.

وهذه بعض النصائح والأساليب التي يجب اتباعها لكي يستطيع المتحدث القراءة باستخدام هذا الجهاز:

١- يتحرك النص لأعلى على الشاشة في أثناء القراءة. يجب أن يتذكر المتحدث أنه هو المتحكم في السرعة. فإذا أبطأ المتحدث، فسيقوم عامل تشغيل الجهاز بإبطاء سرعة حركة النص لتتناسب مع سرعة المتحدث في القراءة. وإذا ما أسرع المتحدث، فسيقوم العامل أيضًا بضبط الجهاز بما يتناسب مع سرعته. تجدر الإشارة إلى أن هناك بعض الأنواع الحديثة الحساسة للصوت (مقارنة بتلك التي يتم تشغيلها باليد) والتي تتم برمجتها لتناسب سرعة المتحدث، ولكن حتى هذه الأنواع ستعتمد على سرعة المتحدث.

٢- يمكن أن يتخيل المتحدث أن هناك شخصًا يعرفه يقف خلف الجهاز. بهذه الطريقة، يستطيع المتحدث التواصل مع المشاهدين بالرغم من أنه ينظر مباشرة إلى عدسات الكاميرا.

٣- يجب التركيز على الهدف من الحديث وليس على الكلمات، بالإضافة إلى ضرورة التوقف بين الكلمات بصورة طبيعية وعلى مسافات والتدريب على التنوع الصوتي.

٤- يجب أن يستفيد المتحدث من أن النص أمامه. فيمكن أن يطلب أن تتم كتابة الكلمات التي يريد التركيز عليها بخط مائل أو عريض. وإذا كان الحديث يشتمل على أسماء أو كلمات أجنبية يصعب نطقها، فيمكن أن يطلب المتحدث كتابة كيفية نطقها على الشاشة. كما يمكن أيضًا كتابة بعض الكلمات التي تنطوي على تعليمات على الشاشة (مثل "توقف" أو "ابتسامة").

٥- من الممكن الارتجال - بقدر محدود - في الحديث؛ حيث يمكن للمتحدث تغيير الكلمات والعبارات القصيرة بدون حدوث أية مشاكل. ولكن لا يجب الابتعاد كثيراً عن نص الحديث وإلا سيفقد المتحدث تسلسل الحديث.

٦- يجب التدريب ثم التدريب ثم التدريب؛ فيجب أن يقرأ المتحدث العرض التقديمي بصوت عالٍ عدة مرات قبل الظهور أمام الكاميرا. علاوةً على ذلك، يجب أن يطلب المتحدث من المخرج وقتًا للتدريب في الاستديو باستخدام جهاز عرض النص على الشاشة السابق ذكره (خاصةً إذا لم يكن المتحدث تعرض لهذا الموقف من قبل). كما يجب التدريب على استخدام الإشارات وتغيير تعبيرات الوجه في أثناء القراءة. ولكي يظهر المتحدث بصورة طبيعية كما لو كان يحكي قصة، يجب ألا يخاف من التوقف أو تحريك العين أو الرأس أو الكتف أو اليدين بشكل طبيعي قدر المستطاع.

لقد شاهدنا جميعًا مذيعي النشرات الإخبارية يتوقفون عن الحديث في منتصف الجملة؛ ومن السهل في مثل هذا الموقف أن نكتشف أن الجهاز قد تعطل أو توقف عن العمل. يجب أن يتذكر المتحدث دائمًا أنه يتعامل مع أجهزة مما يعني ضرورة الاستعداد لكل الاحتمالات. على سبيل المثال، في إحدى المرات، تعرض أحد المتحدثين لموقف محرج؛ حيث اكتشف أن النص المكتوب على الشاشة أمامه يختلف عن النص الذي قام بإعداده، فما كان منه إلا أن تدارك الموقف وارتجل الحديث حتى اكتشف أحد الفنيين هذا الخطأ وقام بعرض النص الصحيح. ولأن المتحدث كان مستعدًا بشكل جيد، فلم يشعر المشاهدون بهذا الخطأ.

يجب أن يكون المتحدث مستعدًا أيضًا لأية مشاكل فنية قد تحدث، وهذا يتطلب أن يكون المتحدث مستوعبًا للحديث بدرجة كافية حتى يكون قادرًا على إلقائه دون استخدام هذا الجهاز.

الإذاعة

- لأن الحوار في الإذاعة يعتمد على الصوت؛ فيجب أن يُعطيه المتحدث أهمية بالغة. ومن الأفضل التدريب على إجابة الأسئلة على جهاز تسجيل مع صديق يمثل دور المحاور وإعادة تشغيل الشريط، والاستماع إلى الصوت بصورة موضوعية لمعرفة ما إذا كان أسلوب الحديث يبدو دفاعيًا أم لا وإذا ما كان المتحدث سريعًا لدرجة لا يمكن معها فهمه. ويجب أن يقوم المتحدث بتدارك هذه الأخطاء قبل الحوار.
- هناك العديد من الحوارات الإذاعية التي تتم عن طريق التليفون. وهذا النوع من الحوارات يمكن أن يحدث في أي مكان حيث يتم الاتصال فقط بالمتحدث. في هذه الحالة، يتم الاستعداد لمثل هذه المقابلة على هذا الأساس.

■ يجب أن يحاول المتحدث التحدث في أحد البرامج التي تصل إلى الجمهور الذي يريد المتحدث التعامل معه. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث يريد أن يصل حديثه إلى شريحة العمال والموظفين، فيجب ألا يذاع البرنامج في منتصف النهار. وفي هذا الشأن، من المهم أن يكون هناك قدر من المرونة؛ لأن أشخاصًا كثيرين يعملون من المنزل. علاوةً على ذلك، يجب أن يستفسر المتحدث قدر ما يستطيع عن الجمهور قبل البدء في الحديث.

الصحف والمجلات

■ يجب على المتحدث قراءة الصحيفة أو المجلة قبل الحوار لكي يستطيع التعرف على أسلوب التحرير ونوع القراء.

■ يجب أن يدرك المتحدث أنه لا يوجد شيء (ليس للنشر)؛ ولهذا، يجب ألا يقول المتحدث شيئًا لا يريد أن يراه مطبوعًا في الصحيفة. كما يجب ألا يجيب عن أي أسئلة لا يفهمها، بل يجب الاستفسار من الصحفي قبل الإجابة.

■ يجب أن يحاول المتحدث ترتيب موعد للقاء الصحفي قبل الحوار لإيجاد شعور بالألفة معه.

كيفية الاحتفاظ بهدوء الأعصاب

في معظم المواقف، يقتنع المحاور بما يقوله المتحدث. ولكن في بعض الأحيان، يكون المتحدث مولعًا بالجدل؛ وفي هذه الحالة، من الممكن أن يصبح المؤتمر الصحفي فرصة للصحفيين لشن حرب عليه. وهذه بعض الطرق التي تمت تجربتها وتساعد المتحدث على الرد بثبات إذا ما تعرض لبعض الأسئلة الاستفزازية:

١- إذا كان الصحفي يُشكك في مصداقية المتحدث، فيجب ألا يهتز المتحدث أو يرد بأسلوب دفاعي. كما يجب أن يحافظ على ثباته وهدوئه مما يؤكد ويعزز خبرته ومكانته.

٢- إذا حاول بعض الصحفيين أن يسأل أسئلة استفزازية، فيجب أن يجيب المتحدث بأسلوب إيجابي وأن يهدِّئ الموقف. على سبيل المثال، قام مدير إحدى حلقات السباق الجديدة ذات مرة بتنظيم سباق في اليوم نفسه المخصص لتنظيم أحد السباقات الشهيرة، واتهمته الصحافة باستغلال نقوده وانتهاك الأخلاق الرياضية.

ولأن هذا المدير كان ذكيًا وخبيرًا في مواجهة وسائل الإعلام، تحدث عن الإنجازات الرائعة التي قدمتها حلقة السباق التي يمتلكها للرياضة وللجمهور بدلاً من الرد على هذه الاتهامات.

كما يقول أي رجل سياسة، إن أسئلة الصحفيين ما هي إلا مصيدة، ولكن يمكن أن يستغلها السياسي لصالحه. وليس من الواجب على المتحدث الإجابة عن السؤال، بل يستطيع المواربة والرد بكياسة. من ناحية أخرى، يجب ألا يتجاهل المتحدث السؤال تمامًا على الرغم من أنه سيتعرض لبعض المحاولات لاستفزازه. ومهما كان الرد الذي سيجيب به المتحدث، يجب ألا يجعل السائل يستفزه؛ حيث إنه دائمًا ما تستغل الصحف غضب المتحدث في غير صالحه.

٣- إذا قال المحاور شيئًا لا يتفق معه المتحدث، فيجب ألا يواجه ذلك بصمت بل يقوم بتصحيح هذا الانطباع فورًا؛ حيث إن الصمت يعني الموافقة والرضا.

بالنسبة لمعظم الناس، لا يكون الحوار الإعلامي مشكلة. فإذا كان لدى المتحدث رؤية واضحة حول النقاط التي يريد توصيلها للجمهور وكان حريصًا على نقلها إليهم بطريقة مباشرة، فلن يجد أية صعوبة في التعامل مع وسائل الإعلام.

نصائح مهمة: التعامل باحتراف مع وسائل الإعلام

١- تخيل أنك المتحدث الرسمي لشركة أغذية تتهمها الصحافة بإضافة مواد حافظة غير صحية إلى منتجاتها. لقد سألك أحد الصحفيين "متى ستُظهر شركتكم اهتمامًا بالناس وتتوقف عن التلاعب بالأغذية التي نتناولها؟" فكيف سترد على هذا السؤال؟

٢- قم بمشاهدة برامج تليفزيونية حوارية لكي ترى كيف يجيب المتحدثون عن الأسئلة وكيف يمكن الرد بأسلوب أفضل. كما يجب أن تحرص على كتابة الرد على هذه الأسئلة.

الفصل العشرون

إدارة المؤتمرات عن بعد

نجح "صمويل مورس" في عام ١٨٤٤ في نقل أول رسالة تلغرافية كهربائية، إلا أنه لم يكن أول من قام بإجراء تجارب على طرق جديدة لإجراء اتصال من مسافات بعيدة. على سبيل المثال، توضح السجلات أنه في القرن الرابع قبل الميلاد كان يتم نقل الرسائل عن طريق صف من الرجال يقوم كل منهم بنقل محتوى الرسالة إلى الآخر حتى تصل الرسالة إلى الهدف المرسلة إليه. وتعتبر إشارات الدخان والمرايا العاكسة لضوء الشمس من الوسائل القديمة المستخدمة لإرسال الرسائل عبر مسافات طويلة ولأكثر من شخص في الوقت نفسه.

على الرغم من التقدم التكنولوجي المذهل، لا تزال المشكلة نفسها قائمة؛ وهي إيجاد طرق للتواصل مع الآخرين الموجودين في مواقع مختلفة من المبنى نفسه أو المدينة أو في أي مكان من العالم. وفي هذه الأيام، يأتي الحل عن طريق استخدام المؤتمرات التي يتم عقدها عن بعد بين مجموعة من الناس في أماكن مختلفة وبعيدة عن بعضها البعض باستخدام أي من وسائل الاتصال (مثل التليفون وكاميرات الفيديو وأجهزة الكمبيوتر الطرفية).

تجدر الإشارة إلى أنه في عصرنا الحالي تتزايد الحاجة إلى الاتصال عن بعد أكثر من ذي قبل. وبفضل شبكة الإنترنت والأجهزة المتقدمة الأخرى، تستطيع الشركات أن تؤدي أعمالها عبر أجزاء مختلفة من البلد الواحد وفي مناطق متفرقة من العالم، وقد زاد احتياجها إلى الاتصال المستمر بالموظفين في مواقع بعيدة أو بالعملاء والتجار في أماكن نائية عن ذي قبل. إن التهديدات باندلاع الحروب في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى الأعباء الاقتصادية قد أجبرت العديد من رجال الأعمال على التقليل من وقت وتكاليف أسفارهم. مع ذلك، من الأمور المبشرة أن مجال صناعة أدوات التواصل عن بعد يشهد تطوراً مستمراً.

وفقًا لإحدى المقالات بعنوان "ازدياد أهمية عقد المؤتمرات عن بعد"، ترى الكاتبة أن مجال المؤتمرات شهد نمواً هائلاً في السنوات الأخيرة مع تزايد الاتصالات التليفونية بنسبة ٤٠ في المائة منذ عام ١٩٩٧، وكان من المتوقع أن يزيد هذا المعدل بنسبة ٥٠ في المائة أخرى في عام ٢٠٠٢.

المؤتمرات التي تعقد عبر التليفون

في بعض الأحيان، يمكن أن يكون هناك بعض اللبس عند استخدام المصطلحات. حيث إن مصطلح "مؤتمر يعقد عن بعد" كان يستخدم في الماضي ليشير فقط إلى أي مؤتمر تقوم به مجموعة من الأفراد عن طريق التحدث مع بعضهم البعض من خلال التليفون. أما في عصرنا الحالي، فيشتمل هذا المصطلح على أية وسيلة تسمح للأفراد بالتواصل مع بعضهم البعض في وقت واحد. وللتمييز بين هذه الوسائل المختلفة، فإنه سيتم التوضيح من خلال استخدام مصطلح "المؤتمرات التي تعقد عبر التليفون" مما يعني أنه ليس هناك نقل لصورة أي من المتحدثين.

الفوارق المهمة بين المقابلات والمؤتمرات عبر التليفون

في الأوضاع المثالية، ينبغي أن تكون الاجتماعات وجهًا لوجه. فالهدف الرئيسي من الاتصال هو التواصل؛ ومن الأسهل التواصل مع شخص بشكل مباشر في مكان واحد عن التواصل مع صوت فقط. لعل السبب في ذلك أنه لن يكون هناك تواصل من خلال نظرات العين عند التخاطب من خلال التليفون. ومن المعروف أن العين تلعب دورًا رئيسيًا في عملية التواصل. فليس هناك ما هو أفضل لمعرفة شعور شخص ما من النظر إلى عينيه. وعندما لا يكون التواصل البصري ممكنًا، فيجب أن يعتمد الشخص على مهارات الاستماع للحصول على المعلومات من كلمات الشخص الآخر ونبرة صوته ومستواه.

أهمية الصوت

في معظم الحالات، يمكن الحصول على بعض المعاني أو الإشارات من الشخص المخاطب عن طريق ملاحظة نظرات العين وتعبيرات الوجه ولغة الجسد، وذلك سواء ألاحظ هذا الشخص ذلك أم لا. وإذا تعذر حدوث ذلك بسبب عدم وجود الشخص المخاطب في نطاق الرؤية (كما هو الحال في المؤتمرات عبر التليفون)، فيجب أن نعتمد على الصوت فقط لتوصيل المقصود من الحديث والهدف منه للأطراف الأخرى. وكما ذُكر في الفصل الثامن، فإن المظهر يُمثل نسبة ٥٥ في المائة من انطباعات الناس الأولى عن بعضهم البعض. وعندما لا تكون الرؤية متاحة، يجب أن يتمتع المتحدث بالقدرة على ملء هذا الفراغ الكبير باستخدام الصوت والكلمات.

لهذا، فإن التدريب على استخدام الأساليب الصوتية في الفصل الثامن تزيد أهميته عن ذي قبل؛ حيث يجب أن يتدرب المتحدث على التنوع في الصوت وفي الأداء. علاوةً على ذلك، يمكن أن يقوم المتحدث بالتسجيل لنفسه والاستماع بعد ذلك إلى صوته ليرى ما إذا كان يستطيع فهم كل كلمة بوضوح وتمييزها. كذلك، يمكن للمتحدث أن يترك رسائل صوتية للأصدقاء والعائلة وأن يطلب منهم تقييمًا لوضوحه وأدائه.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يبحث المتحدث عن طرق للتأكد من أن صوته قوي مؤثر. وإذا كان التنفس يظهر بوضوح في صوته، فيجب أن يهتم بشكل أكبر بعملية التنفس (عن طريق الحجاب الحاجز) حتى يكون الصوت أكثر ثباتًا ولا يخرج نفس المتحدث مباشرةً في سماعة التليفون أو الميكروفون. كما يجب الانتباه إلى الأصوات التي تخرج بشكل غير صحيح خاصةً في نهاية الكلمات. على سبيل المثال، يجب أن يكون المتحدث حريصًا في أثناء نطق اسمه في التليفون.

إذا كان المتحدث يدير مؤتمرًا، فإنه يريد أن يتأكد من أن صوته ودود ودافئ، كما يجب أن يتمتع بالحس الإداري في الوقت نفسه. فينبغي أن يكون أسلوب النطق واضحًا والصوت حادًا؛ حيث يجب أن يهتم المتحدث بإظهار جميع الأصوات.

بصفة عامة، يجب أن يتدرب المتحدث على جعل صوته مؤثرًا رنانًا واثقًا. وذلك لأنه عندما يتم الحديث عبر التليفون يكون الصوت هو الوسيلة الوحيدة لتكوين انطباع عن المتحدث.

التشويش وكيفية التغلب عليه

عندما يقوم المتحدث بعقد مؤتمر عبر التليفون، فإنه دائمًا ما يكون هناك العديد من الأشياء التي تشتت الانتباه. فقد يتحدث المشتركون في المؤتمر بينما يجلسون على مكاتبهم يستقبلون ويرسلون رسائل البريد الإليكتروني أو يقومون بإرسال إشارات يدوية إلى زملائهم في المكتب أو ربما يأكلون في أثناء المشاركة في المؤتمر عبر التليفون. وبطبيعة الحال، ليس للمتحدث القدرة على التحكم في مثل هذه الأشياء.

من ناحية أخرى، هناك أيضًا العديد من الأنواع المختلفة للمؤتمرات التي يتم عقدها عبر التليفون. فهناك المؤتمرات بين شخصين أو ثلاثة مهتمين بشكل كبير بإحدى القضايا. وفي هذه الحالة، عادة ما لا تُشكل مشتتات الانتباه عائقًا. وهناك المؤتمرات التي يتم عقدها

أسبوعيًا بين أعضاء فريق العمل في جميع أنحاء العالم والذين يتعين عليهم التواصل المستمر وتقديم التقارير عما يفعلون. فإذا كان من بين المشاركين من لا يهتم بتقرير أو آخر، فإنه لن يبالي بالمؤتمر حتى يأتي دوره في تقديم التقارير. كذلك، فإن هناك المؤتمرات الكبرى التي يتم عقدها عبر التليفون بين مجموعات كبيرة (٥٠ فردًا أو أكثر) حيث يشترك الناس في الحديث حسب الحاجة.

هناك بعض الأشياء التي يستطيع أن يفعلها المتحدث للحد من التشويش وتشتت الانتباه إلى أقل حد ممكن. من هذه الأشياء أن يطلب المتحدث من أحد الأفراد الذين يتمتعون بمكانة مهمة الاشتراك في المؤتمر. بهذه الطريقة، سيكون المشاركون حريصين على أن يتم الاستماع إليهم حتى يتركوا انطباعًا جيدًا عند هذا الشخص ذي المكانة المرموقة. كذلك، يجب أن يُشعر المتحدث المشاركين بأن إسهاماتهم ذات قيمة، كما يمكن الاستفادة من ذكر أسماء بعض الأفراد. كما يفيد أيضًا أن يطلب المتحدث من المشاركين من وقت لآخر عمل ملخص لما تمت مناقشته في جعلهم يتابعون ما يقال. جدير بالذكر أنه من أفضل الطرق أن يتم التأكد من ألا يشترك في الحديث إلا من يحتاج ذلك فعلاً، مع تصنيف المشاركين وتحديد وقت مناقشة الجزئيات التي تهم كلاً منهم في المؤتمر. فإذا ما شعر المشاركون أنه يتم بذل الجهد تقديراً لوقتهم، فسيؤدي ذلك إلى تقليل شرودهم وتشتت انتباههم عما يقال.

كيفية المحافظة على تفاعل المشاركين مع المؤتمر

إن أفضل طريقة للاحتفاظ بتفاعل المشاركين مع المؤتمر هي أن يقوم الشخص الذي يدير المؤتمر بتوجيه أسئلة مهمة تجذب الانتباه. فبدلاً من أن يسأل مدير المؤتمر: "ما رأيك في كذا وكذا؟"، يمكن أن يكون السؤال: "ما رأيك في العلاقة بين الفكرة أ والفكرة ب؟" فيجب أن يسأل المتحدث أسئلة محددة لأشخاص محددين حتى يدرك المشاركون أن المتحدث قد يفعل ذلك مع أي منهم. كذلك يجب أن يستخدم المتحدث الأسئلة المثيرة للتفكير. على سبيل المثال، كنت مؤخراً في رحلة لكوبا. وبدلاً من أن أسأل الناس ببساطة: "ما رأيكم في كوبا؟" طرحت عليهم هذا السؤال: "عندما يتجول "فيدل كاسترو" في كوبا، ما الشيء الذي تظنون يكون مخيبًا لآماله بشكل أكبر؟" إن مثل هذا السؤال يدفع الناس للتفكير في إجابة له. علاوةً على ذلك، يجب ألا يستخدم المتحدث الأسئلة ذات الإجابات المحدودة والتي تبدأ بكلمات مثل من ومتى وأين.

كيفية استخدام المعدات والأجهزة

إذا كان المتحدث سيستخدم التليفون للتواصل مع مجموعة كبيرة من الناس (أو أكثر من شخصين، على الأقل)، فيجب الاهتمام بجودة الصوت؛ لأنها العامل الأساسي في مثل هذه المؤتمرات. فالمؤتمرات عبر التليفون التي تستخدم فيها سماعات منخفضة الجودة يمكن أن تفسد ما كان يمكن أن يخرج في شكل اجتماع جيد التخطيط. وذلك لأنه ستكون هناك صعوبة في التواصل بسبب وجود عبارات وكلمات غير واضحة وسيتساءل المستمعون عن الكلمات المفقودة. كما يجب التأكد من أن كل طرف يستطيع سماع الآخرين بوضوح في حالة الاتصال بين أماكن متعددة.

مهما كان نوع الجهاز الذي يستخدمه المتحدث فيجب الاتصال بالشركة المصنّعة له أو الشركة الموزعة؛ حيث تكون هناك كتيبات ونشرات توضح أفضل استخدام للجهاز. كما أن العديد من هذه الكتيبات يحتوي على أساليب مفيدة لكيفية إدارة مؤتمر ناجح عبر التليفون.

نصائح مفيدة في إدارة اجتماع عبر التليفون

إذا ما طُلب من المتحدث أن يدير اجتماعًا عبر التليفون، فإنه يعتبر مسئولاً عن أن يكون هذا الاجتماع مؤثرًا وفعالاً. فيما يلي بعض النصائح التي تساعد المتحدث في تحقيق ذلك:

- الاستعداد المبكر: كلما كان المتحدث مستعداً جيداً، كان المؤتمر أكثر نجاحًا
- بدء الاجتماع في الوقت المحدد: إن الوقت له قيمة؛ وإذا تأخر بعض المشاركين، فيمكنهم اللحاق بالاجتماع
- وضوح الهدف من الاجتماع وإعلانه
- العمل على توصيل القواعد الأساسية التي وضعها من يقوم بإدارة الاجتماع لجميع المشاركين: ومن أمثلة هذه القواعد، هل يمكن مقاطعة الحديث من أجل السؤال؟ ولو كان ذلك ممكنًا، فكيف سيتم حدوث ذلك؟ وهل ستكون هناك فترة أسئلة وإجابات في نهاية العرض التقديمي (أو في نهاية كل عرض تقديمي إذا كان هناك أكثر من واحد)؟
- استعراض جدول الأعمال سريعًا في بداية الاجتماع
- تحديد وقت لكل بند في جدول الأعمال مع الالتزام بهذا الجدول: يجب أن يعرف المشتركون أنه تم الانتهاء من مناقشة هذا البند بأن يقول المتحدث شيئًا مثل: "لدينا خمس دقائق متبقية؛ ولهذا، فإنه من الممكن الإجابة عن سؤال واحد فقط في هذا البند..."

- مناقشة القضايا التي تهم جميع المشتركين في المؤتمر؛ حيث يجب ألا تتم مناقشة أي شيء من الممكن مناقشته خارج المؤتمر عبر التليفون.
- الحديث والتصرف بصورة طبيعية وتلقائية
- العمل على ألا يشعر الناس بالملل أو يحدث لهم تشويش بينما ينتظرون على سماعة التليفون: فإذا كان هناك عرض تقديمي أو حديث طويل من جانب شخص واحد، ينبغي أن يتبع المتحدث هذا الحديث الطويل بشيء يعيد الحيوية إلى الناس. ويمكن أن يكون هذا الشيء فترة الأسئلة والإجابات أو أي نشاط يسمح للجميع بالمشاركة.
- تعريف المشتركين لأنفسهم عند الحديث: إذا كان المتحدث قد قام بتقديم كل فرد، فسيكون من الصعب التعرف على الناس من خلال أصواتهم فقط وخاصةً إذا كان جهاز التليفون لا يعمل بالكفاءة المطلوبة. لذا، يجب أن يقوم كل مشترك بتعريف نفسه. كما يجب على المتحدث أيضًا أن يطلب من المشتركين ألا يستخدموا الاختصارات أو اللغة المتخصصة ما لم يكن المتحدث متأكداً من أن كل مشترك يستطيع استيعاب المعنى المقصود.
- إعلام المشتركين أنه إذا كانت الميكروفونات حساسة، فإن صوت تقليب الأوراق أو التململ في المقاعد قد يشوش على الآخرين. وبشكل عام، يجب ألا يتوقع المتحدث أن كل مشترك سيظل ثابتًا في مكانه، ولكن يمكن أن يطلب منهم مراعاة عدم إحداث فوضى غير ضرورية.
- التأكد من أن المتحدث لا يركز انتباهه في أثناء الاجتماع على فرد بعينه أكثر من الآخرين
- عرض ملخص للاجتماع قبل إنهائه
- التخطيط للاجتماع القادم إذا كان ذلك ممكنًا
- إنهاء الاجتماع في الوقت المحدد
- إتباع الاجتماع بتدوين ملاحظات مكتوبة أو محاضر للاجتماعات وإرسالها إلى المشتركين عبر البريد أو البريد الإليكتروني كمتابعة، مع ضرورة إرسال هذه المعلومات إلى كل من يحتاجها ولكنه لم يستطع المشاركة في المؤتمر.

ينطبق العديد من هذه النصائح على المؤتمرات المرئية (التي تعقد عن بعد ويتم فيها نقل صوت وصورة المشاركين إلى بعضهم البعض).

استخدام الأسئلة للحصول على تجاوب المشتركين والتحكم في النتائج (المؤتمرات عبر التليفون أو المؤتمرات المرئية)

- صياغة السؤال بوضوح واختصار
- طرح أسئلة تتطلب من المشتركين استدعاء خبراتهم الشخصية
- طرح أسئلة تشجع المشتركين على توضيح وجهة نظرهم
- توجيه الأسئلة والتعليقات إلى أفراد أو مواقع محددة
- وضوح كلمات السؤال سواء أكان السؤال موجهًا لجميع أفراد المجموعة أم إلى مشترك معين
- محاولة بدء الأسئلة بكلمات مثل: ماذا، ولماذا وكيف، أو استخدام كلمات أخرى وصفية بشكل أكبر مثل ضع قائمة أو حدد الأولويات أو اشرح أو صف
- عدم طرح أسئلة يمكن إجابتها بكلمة واحدة

استخدام الأسئلة لإنجاح المؤتمرات التي تعقد عن بعد

هناك العديد من الأساليب لاستخدام الأسئلة لكي يظل المؤتمر عبر التليفون سلسًا وفعالاً ومفيداً. فيما يلي بعض منها:

فتح باب المناقشة إظهار ردود الأفعال حول الأفلام ووسائل الإعلام الأخرى إظهار الآراء والتوجهات اقتراح عمل أو فكرة أو قرار الحصول على المعلومات جذب الانتباه إلى نقطة أو فكرة أو معلومة أو مشكلة أو موقف ابتكار أفكار جديدة	الحفاظ على تناول المناقشة للهدف الأساسي توجيه الانتباه إلى مرحلة أخرى من الموضوع الكشف عن الأسباب أو العلاقات التوصل إلى استنتاج أو اتفاق اختبار الأفكار إظهار ردود الأفعال تجاه فكرة أثارها أحد المشتركين تلخيص أو إنهاء المناقشة

كيفية السيطرة على المؤتمر

إليك بعض الأساليب التي تعمل على الحد من التشويش وتشتت الانتباه وتساعد المشتركين على التركيز والمتابعة:

مشارك يتحدث أكثر من اللازم	- مقاطعته بكياسة من خلال سؤال أو تلخيص لحديثه - الانتظار حتى يتوقف عن الحديث في نهاية إحدى الجمل ثم إعادة صياغة واحدة من عباراته والانتقال إلى سؤال آخر - الحرص على أن يجلس هذا الشخص بعيداً عن دائرة الضوء بجوار المتحدث وتجاهل بعض تعليقاته - السماح لباقي المشتركين بمقاطعته؛ وهذا ما سيفعلونه إذا أصر هذا الشخص على الاستمرار في الحديث
شخص لا يشارك في الحديث	- التواصل من خلال نظرات العين مع هذا الشخص عند طرح أحد الأسئلة - صياغة السؤال بطريقة تحفز هذا الشخص على الاشتراك في الحديث - توجيه سؤال مباشر له
انشغال بعض المشتركين في محادثات جانبية	- التوقف عن الحديث والانتظار حتى تنتهي هذه المحادثات - الوقوف خلف المشتركين المنشغلين بهذه المحادثات - تغيير ترتيب الجلوس - توجيه سؤال مباشر لأحد المنشغلين بهذه المحادثات
تشبث أحد المشتركين برأيه المخالف للمجموعة حول نقطة معينة	- ترك باقي أفراد المجموعة يتعاملون مع هذا الشخص - تغيير الموضوع - جعل هذا الشخص يلخص الجزئية التي لا يوافق عليها - التحدث مع هذا الشخص بعد الانتهاء من المؤتمر إذا فشلت كل المحاولات

المؤتمرات المرئية

شهد المعرض العالمي الذي أقيم في عام ١٩٦٩ ميلاد أول جهاز تليفون يتم من خلاله نقل الصوت والصورة. فقد تمكن الزائرون من استخدام هذا الاختراع المتميز الذي يسمح للفرد

بالتحدث مباشرةً من خلال جهاز تليفون من هذا النوع مع فرد آخر يستخدم جهاز تليفون من النوع نفسه في مكان آخر من المعرض ورؤيته في الوقت نفسه. وبهذا، فقد كانت هذه رؤية تم من خلالها استشراف المستقبل.

أما اليوم، فإن إمكانية عقد المؤتمرات المرئية قد أصبحت متاحة لرجال الأعمال كل يوم في جميع أنحاء العالم. ولأن التعامل مع الكاميرا أصعب من التعامل مع جمهور يتكون من آلاف الأشخاص؛ فإنه من الضروري لأي فرد يستخدم تقنية المؤتمرات المرئية أن ينمي المهارات اللازمة لكي يبدو تلقائياً واثقاً من نفسه وقادراً على التوجيه، وفي الوقت نفسه يمكن الوصول إليه. و يمكن أن يتضح ذلك من خلال مشاهدة السياسيين، بيد أن هذا الأمر ليس سهلاً. مع ذلك، هناك طرق للحد من الأخطاء وزيادة فعالية هذا النوع من المؤتمرات.

وهناك العديد من الأسباب لاختيار عقد المؤتمرات المرئية، نذكر منها:

- إمكانية عقد اجتماعات في الشركات متعددة الفروع
- إمكانية عقد اجتماعات بين شركات متنوعة في أماكن مختلفة
- إمكانية عقد اجتماعات لفريق المشروع عندما يكون أفراد الفريق يعملون بشكل مستقل عن بعضهم البعض
- إمكانية عقد اجتماعات سنوية لمجلس الإدارة
- تقديم موظفين جدد في الشركات متعددة الفروع
- تقديم منتجات جديدة للموظفين و/أو العملاء في أماكن متعددة
- تدريب الموظفين في أماكن متعددة

الفروق بين المؤتمرات المرئية والاجتماعات التي تعقد وجهاً لوجه

تعتبر المؤتمرات المرئية أكثر تشابهاً مع الاجتماعات التي يلتقي فيها المجتمعون وجهاً لوجه من المؤتمرات التي تعقد عبر التليفون؛ حيث من الممكن رؤية الوجوه والتعبيرات والإشارات والحركات. لكن لا يزال هناك بعض الاختلافات، كما هو موضح في الجدول القادم.

وسائل الإيضاح المرئية التي يمكن استخدامها في المؤتمرات المرئية

تكون وسائل الإيضاح المرئية مفيدة في التليفزيون أو الفيديو؛ حيث إنها تعمل على تأكيد الهدف من الحديث أو توضيح المعلومات المهمة. وفيما يلي أمثلة لبعض وسائل الإيضاح التي يمكن استخدامها:

- شرائح بمقاس ٣٥ ملليمتر (يجب مراجعة الأبعاد المطلوبة مع الشركة المنتجة)
- وسائل الإيضاح المسجلة على شرائط فيديو (يجب التأكد من المتطلبات الخاصة بالأجهزة المستخدمة)
- الصور الفوتوغرافية: ويجب أن تكون واضحة المعالم كما ينبغي أن يتم عرضها على بطاقات خفيفة الألوان بمقاس ٣ × ٤ وينبغي أيضًا أن يتأكد المتحدث من الأبعاد الصحيحة من الشركة المنتجة (إذا كان هذا متاحًا) أو أن يقوم المتحدث بإجراء اختبار أمام الكاميرا
- لوحات العرض المعلقة
- صور بحجم الملصقات
- الخرائط/النماذج

الفروق بين المؤتمرات المرئية والاجتماعات التي تعقد وجهًا لوجه

المؤتمرات المرئية	الاجتماعات التي تعقد وجهًا لوجه
تمكّن من عقد اجتماعات بسهولة مع أفراد موجودين في مكان بعيد عن موقع الاجتماع.	لن يتمكن الناس الموجودون في أماكن بعيدة من حضور الاجتماع أو سيكون نقلهم إلى مكان الاجتماع مكلفًا.
يمكن من خلالها التعامل مع العديد من الأفراد باستخدام عدد من المواقع.	ربما تكون مساحة مكان الاجتماع محدودة.
يستلزم التحضير وإعداد الأجهزة فترة أطول.	يكون الإعداد عادةً في أضيق الحدود.
تكون المؤتمرات المرئية دائمًا بعيدة عن العفوية والارتجال ولا بد لها من إعداد.	يمكن أن يتم اتخاذ قرار الاجتماع وعقده بشكل فوري.

يمكن أن تظهر عناصر التشويش بسهولة حيث ينضم إلى المؤتمر أفراد ويخرج عنه أفراد طوال الوقت.	من الأسهل الانضمام للاجتماع أو الخروج منه دون إحداث تشويش.
من الممكن حدوث العديد من الأخطاء الفنية.	ما لم يتم استخدام أية معدات خاصة، فليس هناك أية وسائل تكنولوجية يتم استخدامها.
في معظم الحالات، يتم وضع الكاميرا في وضع ثابت ولا يمكن تحريكها، وهو ما يعني ظهور المتحدث دائمًا على الشاشة.	يتعرض المتحدث لقدر أقل من التركيز عليه.
يتجه الناس إلى التصرف بطريقة مختلفة أمام الكاميرا.	يشعر الناس بقدر أكبر من الراحة في الاجتماعات العادية.
تقتصر الرؤية على ما تركز عليه الكاميرا.	يمكن رؤية كل ما في الحجرة.

تعليمات حول إعداد مادة العرض التقديمي

- لكي يكون الحديث فعالاً، يجب أن تكون وسائل الإيضاح واضحة وبسيطة ومميزة.
- كلما كان المتحدث أكثر تفاعلاً مع الجمهور عند استخدام وسائل الإيضاح، تمكن الجمهور من متابعة الحديث.
- يجب أن تكون الأساليب الانتقالية قبل وبعد استخدام وسائل الإيضاح جذابة ومتنوعة وتوجيهية.
- يجب أن يقوم المتحدث بتنويع وسائل الإيضاح التي يستخدمها؛ حيث يجب ألا يقوم باتباع نسق واحد.
- إن كل وسيلة إيضاح في حد ذاتها تعتبر عرضاً تقديمياً مصغراً؛ ولهذا، فإنها تتطلب مقدمة وخاتمة.

كيفية الإمساك بوسائل الإيضاح أمام الكاميرا

- إذا كان الحديث في الاستديو، يجب أن يعرف المتحدث الكاميرا التي سيتم توجيهها عليه.

- يجب ألا يكشف المتحدث وسيلة الإيضاح إلا إذا كان مستعداً لاستخدامها، ويجب أن يعطي المخرج ثواني قليلة حتى يستعد قبل تحريك وسيلة الإيضاح كي يكون المصور في الوضع المناسب لتصويرها.
- يجب حمل وسيلة الإيضاح أو وضعها في مكان بشكل يجعلها واضحة أمام الكاميرا، كما يجب حملها بثبات مع إمالتها قليلاً لتجنب انعكاس الضوء.
- إذا كان المتحدث سيحمل وسيلة الإيضاح، فيجب أن يتأكد من أنها لا تحجب وجهه عن الرؤية.
- يجب التحدث إلى المحاور وليس إلى وسيلة الإيضاح.
- عندما ينتهي المتحدث من استخدام وسيلة الإيضاح، يجب أن يضعها جانبًا برفق حتى يعطي المصور فرصة للتعامل مع الموقف.
- يجب أن تكون الصور بسيطة حتى يتمكن المشاهدون من استيعابها بسهولة مع ضرورة استيعاب الكثير من التفاصيل في فترة وجيزة.

تعتبر المؤتمرات المرئية وسيلة فعالة إذا كان المتحدث يريد نشر معلومات بين مجموعة من الناس في أماكن مختلفة، مع رغبته في أن يروا وجوه بعضهم البعض وملاحظة تعبيرات الوجوه. وفي حالة ما إذا كان المتحدث يعمل مع فريق عمل من مسافة بعيدة، فإن العمل مع هذا الفريق يكون أسهل عند الربط بين الوجوه والأسماء؛ ويكون هذا الأمر ضروريًا في المراحل الأولى من المشروع حيث تنشأ العلاقة بين أعضاء الفريق. ويمكن استخدام المؤتمرات المرئية أيضًا عندما يحتاج جميع أفراد الفريق إلى رؤية ومناقشة البيانات أو العروض التقديمية أو الصور المرئية نفسها.

نصائح مهمة : تطوير قدرات المتحدث في إدارة الاجتماعات

١- في المؤتمر المرئي أو المؤتمر الذي يُعقد عبر التليفون القادم الذي تحضره، قم بعمل قائمة بالأشياء التي كانت مفيدة والأشياء التي لم تكن كذلك.

٢- قم بالاتصال بالشركات المتخصصة في عقد المؤتمرات عن بعد وحاول الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول طريقة إجراء مؤتمر عبر التليفون و/أو مؤتمر مرئي.

٣- ارجع إلى الموظفين في الشركة الذين يقومون بعقد مثل هذه المؤتمرات بشكل منتظم. تعرف على أفضل الأشياء التي يمكن القيام بها لإدارة

الفصل الحادي والعشرون

كيفية قراءة الحديث أو النص بشكل مؤثر

في كل مرة يتعين فيها على المتحدث إلقاء حديث فعلي، ربما يكون هناك العديد من المواقف التي يضطر فيها المتحدث لقراءة كلمات مهمة – والتي قد يكون كتبها بنفسه أو كتبها آخرون. وهذه بعض المواقف التي قد يضطر فيها المتحدث إلى القراءة من نص مكتوب:

- ترقى رئيس المتحدث في العمل إلى وظيفة أعلى وانتقل إلى موقع في بلد آخر وترك له إلقاء عرضه التقديمي أمام اللجنة التنفيذية.
- يوجد موظف يتمتع بموهبة كتابة خطب رائعة ويريد المتحدث الاستفادة من موهبته.
- يجب على المتحدث قراءة توجيهات دقيقة ومختصرة للموظفين بطريقة تضمن حصول كل شخص على المعلومات الصحيحة بشكل فوري.
- من الواجبات المفروضة على المتحدث في مكان عمله قراءة الخطب؛ لأن هذا الأمر من تقاليد المكان الذي يعمل فيه.
- المتحدث غير مقتنع بمميزات إلقاء الخطب من الذاكرة دون الاعتماد على نص مكتوب ويشعر ببساطة بمزيد من الثقة عند القراءة من نص مكتوب أمامه.

في كثير من الأحيان، يتحتم أن يستمع المتحدث إلى خطب مملة. إن معظم الأحاديث التي تتم قراءتها تكون مملة على الرغم من أن القاعدة الرئيسية في أي خطاب ألا يكون المتحدث مملاً. لهذا، يكون من الصعب أن أنصح بقراءة الحديث أو الخطاب. وفي حالة اضطرار المتحدث للقراءة، هناك خطوات يمكن اتباعها لكي يكون الحديث فعالاً ومسلياً مثل أي حديث يعتمد في إلقائه على ملاحظات فقط – أولها حرص المتحدث على ألا يكون مملاً. إن القراءة بأسلوب فعال ليست أمراً سهلاً، ولكن إجادتها أمر يستحق العناء.

الحرص على التدريب

يجب ألا يعتقد المتحدث أن وجود الكلمات أمامه يعني أن الأمر صار أسهل ولن يحتاج إلا للتدريب لفترة قصيرة. فهناك الكثير من الأعمال التي يمكن الأداء فيها من الذاكرة أو من

خلال نص مكتوب (مثل بعض مشاهد التمثيل أو النشرات الإخبارية). وفي كلتا الحالتين، يجب تخصيص فترة مناسبة من الوقت للتدريب على الأداء الجيد. حيث إن القراءة بأسلوب متميز تماثل في صعوبتها القدرة على الحديث من الذاكرة بأسلوب فعال.

إذا كان المتحدث محظوظًا؛ حيث كان كاتب الحديث شخصًا يعرف أسلوبه ويكتب بأسلوب جيد، فسيكون التدريب لفترات أقل. في الواقع، إن وجود مثل هذا الكاتب أمر نادر، كما أن الاستعانة بكاتب موهوب سيكون مكلفًا أيضًا. وفي معظم الحالات، سيضطر المتحدث إلى صياغة الكلمات بنفسه.

كيفية قراءة الكلمات بأسلوب جذاب وفعال

يمكن أن تتم صياغة الكلمات التي يحتاج المتحدث إلى قراءتها بأشكال عديدة. على سبيل المثال، يمكن أن يكون الحديث متصلاً أو عبارة عن قائمة بيانات أو قواعد مجمعة. في بعض الحالات، يكون الحديث متصلاً بشكل منتظم ولا يحتاج إلى تزيين للأسلوب؛ كأن يقرأ المتحدث تقريرًا يستغرق ٢٠ دقيقة عن قواعد السلامة واللوائح المنظمة لعمل القسم. ومن بين الأساليب التي يستخدمها المتحدث لكي يقوم بعرض المعلومات بأسلوب جذاب، يعتبر التدريب أهمها. من ناحية أخرى، يجب ألا يتوقع المتحدث أن كل ما عليه هو قراءة المعلومات وهذا كل ما في الأمر؛ فالقراءة بصوت عالٍ مهارة في حد ذاتها.

يأتي بعد التدريب في الأهمية الاقتناع بالكلمات. لذا، يجب أن يكون المتحدث مقتنعًا بالهدف من الحديث ويريد التواصل مع المجموعة التي يتحدث أمامها. حيث إن الجمهور سيشعر بالإحباط أمام المتحدث الذي لا يطيق الانتظار حتى الانتهاء من الحديث. إن استعجال المتحدث الانتهاء ينبه الجمهور إلى حقيقة أن المتحدث لا يريد أن يكون في هذا المكان ويفضل عنه أي مكان آخر. ولهذا، يجب ألا يوصل المتحدث مثل هذا المعنى إلى الجمهور.

٤ خطوات سهلة للقراءة بأسلوب مشوق

١- إلمام المتحدث بموضوع الحديث

يجب أن يكون الهدف من الحديث الذي يقرأه المتحدث واضحًا له. لهذا، يجب أن يكتب المتحدث الهدف من الحديث في جمل بسيطة، ويكون هذا الأمر ضروريًا إذا كان المتحدث

يعمل مع كاتب محترف لا يعرف الهدف الرئيسي من الحديث. علاوةً على ذلك، يجب أن يسيطر هذا الهدف على أفكار المتحدث وعقله الباطن والواعي؛ حيث إن هذا الأمر يساعد المتحدث على التركيز وتوصيل الهدف بفعالية.

يجب على المتحدث أن يقرأ النص مرات عديدة، وأن يتأكد من نطق الكلمات والأسماء الصعبة مع معرفة النطق الصحيح للأسماء؛ فهذه هي المهمة المكلف بها.

يجب على المتحدث تقسيم النص إلى أجزاء مترابطة منطقيًا مع التأكد من أن كل جزء له محتوى ومغزى. كما يجب عليه أن يقوم بدراسة الكلمات المستخدمة جيدًا ليعرف ما تتضمنه من الأحاسيس والاتجاهات والمشاعر. وإذا استخدم كاتب النص أحد التعبيرات، فيجب أن يعرف المتحدث المعنى المقصود منه والنتيجة التي قد تترتب على استخدامه.

بعد ذلك، يجب أن ينتبه المتحدث إلى أساليب الانتقال اللفظية ومدى وضوحها. وهل سيضيف المتحدث بعض أساليب الانتقال الجسدية؟ وهل للحديث خاتمة متسقة معه؟ وإذا كانت الخاتمة موجودة، فما الأسلوب المستخدم فيها؟ وما الذي يمكن أن يضيفه المتحدث لتجميل الحديث؟ (على سبيل المثال، إذا استخدم المتحدث كلمات حماسية، فقد يرفع يده في نهاية الحديث.)

لكي يزداد إلمام المتحدث وألفته بالكلمات المستخدمة في النص الذي يقرأه، يجب أن يتدرب بقدر ما يستطيع. كما يجب عليه أن يتدرب على الكلمات لمدة يوم على الأقل قبل الحديث، أما في حالة الاحتياج إلى معلومات إضافية، فيجب أن يكون التدريب لمدة أسبوع.

٢- إضفاء طابع شخصي على موضوع الحديث

بعد أن يلم المتحدث بمادة الحديث، فإنه سيحتاج إلى أن يُشعر الجمهور أن الموضوع يهمه وإياهم بصفة خاصة. كذلك، يجب أن تتوافق الكلمات مع شخصية المتحدث؛ حيث يمكنه أن يقوم بحذف أي تعبيرات أو كلمات لا تعجبه. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث يُلقي خطابًا تشجيعيًا للعاملين في القسم، فيجب ألا يستخدم كلمات معقدة أو مركبة. كما يجب أن يحاول المتحدث إدراج قصة شخصية في أي موضع مناسب من الحديث؛ وعادةً ما يكون أفضل مكان لإدراج هذه القصة مقدمة الحديث. من ناحية أخرى، يجب ألا يرتكب المتحدث خطأً بأن يبدأ الحديث بقصة شخصية ثم يتحول تمامًا إلى قراءة الحديث بأسلوب غير شخصي؛ حيث يجب الاستمرار بهذا الأسلوب طوال الحديث.

علاوةً على ذلك، يجب أن يحاول المتحدث استخدام الضمائر الشخصية؛ فلا يقول مثلاً: "سيعارض الموظفون التغيير لو لم يتم تقديمه بأسلوب محبب لهم"، بل يجب أن يقول: "الموظفون الذين يعملون معي أو في شركتنا" أو أن يستخدم الضمير (أنتم) عند مخاطبة الموظفين. ويجب أن يشعر الحاضرون أيضًا أن المتحدث الذي يقرأ الحديث يوجه حديثه إليهم؛ حيث نجد أن فاعلية الرؤساء العظماء مرتبطة مباشرةً بقدرتهم على استخدام هذا الأسلوب في أحاديثهم. ومن أشهر هؤلاء الرؤساء، "فرانكلين روزفلت"؛ حيث قال أحد الجنود في يوم وفاة هذا الرئيس: "كنت أشعر كما لو أنه كان يعرفني، وكما لو كان يحبني." وفي ذات مرة، قال أستاذ جامعي عن رئيس آخر "إنه يأسرك بعينيه؛ فهو يعرف مشاعرك ويهتم بك. قد يبدو هذا نفاقًا، ولكنه كان فعلاً يبدو كما لو كان يحبني." إن هذا هو الشعور الذي يريده المتحدث من الجمهور.

٣- التأكيد على الأفكار المهمة

إن استخدام أسلوب التأكيد يعتبر أعظم علاج للتخلص من الملل. لهذا، يجب على المتحدث أن يقوم بالتأكيد على الأفكار المهمة وأن يقلل من التأكيد على الأفكار الهامشية. من ناحية أخرى، يجب التنويع في استخدام أسلوب التأكيد مما يضيف للحديث الإثارة والحيوية؛ فدون التنوع الصوتي - وبغض النظر عن مدى فعالية الحديث المكتوب - سيبدو الحديث مملاً وسخيفًا.

يعرف الممثلون والمتحدثون العظماء أسرار أساليب التأكيد التي يسهل اتباعها؛ وأحد هذه الأسرار التنوع في استخدام لغة الجسد. في هذه الحالة، يكون من السهل على المتحدث وضع علامات لتحديد المواضع التي سيقوم بالتأكيد عليها، بالإضافة إلى ضرورة التدريب على التنوع في الأداء اللفظي. ولهذا، يجب أن يكون المتحدث مدركًا لكيفية استخدام الصوت حتى يتمكن من تغيير سرعة وإيقاع وحدة وحجم الصوت. إن هذا الأمر يتطلب مجهودًا؛ فليس من السهل أن يستطيع المتحدث جذب انتباه الجمهور، كما أن الجمهور يفضل المتحدث الذي لا يجعله يشعر بالملل. ولهذا، يجب أن يتذكر المتحدث دائمًا أنه لو لم يستطع جذب انتباه الجمهور، فإنه لن يتمكن من توصيل رسالته.

كيفية التأكيد على الحديث وإظهار المعنى

يجب أن يقرأ المتحدث النص جيداً في البداية، ثم يقوم بتحديد مواضع الوقفات والتنفس؛ وهي المواضع التي يحتاج فيها للتوقف للتنفس أو للانتقال إلى فكرة جديدة. تجدر

الإشارة إلى أنه يجب ألا يقوم المتحدث باتباع علامات الترقيم المكتوبة. وفيما يلي مثال لفقرة تشتمل على علامات الترقيم المكتوبة، ويتبعها ذكر الفقرة نفسها مع توضيح المواضع التي يجب التوقف فيها.

لا يستطيع أحد أن يستوعب أمريكا، فهي كبيرة ومحيرة جداً؛ حيث إنها تغري الشخص بالذهاب إليها ولكنها تخدعه. إن هناك العديد من المهاجرين الأميين الذين كانوا يشعرون بوجود أمريكا في دمائهم حتى قبل عبور المحيط الأطلسي؛ فما زال العديد ممن يعتقدون أن أمريكا هي قبلتهم يجهلون طبيعة الحياة القومية. ولهذا، لن يستطيعوا التجاوب والتفاعل مع مجدها الكبير وطاقتها المتأججة وحماسها المستمر وأملها الكبير في المستقبل وإحساسها بعظمة العالم الموجود في ما وراء الأفق. إن القصيدة التي كتبها الشاعر "وايتمان" بعنوان "الرواد، أيها الرواد" من أكثر القصائد صدقًا في عرض الحياة الأمريكية؛ حيث إنها تشعل الحماس لهذه الحركة التطلعية، كما أنها تمتلئ بمعاني الصداقة والإيمان الذي لا يمكن هزيمته.

لا يستطيع أحد أن يستوعب أمريكا/فهي كبيرة/ومحيرة/حيث إنها تغري الشخص بالذهاب إليها/ ولكنها تخدعه/إن هناك العديد من المهاجرين الأميين الذين كانوا يشعرون بوجود أمريكا في دمائهم/حتى قبل عبور المحيط الأطلسي/فما زال العديد ممن يعتقدون أن أمريكا هي قبلتهم يجهلون طبيعة الحياة القومية/ولهذا/لن يستطيعوا التجاوب والتفاعل مع مجدها الكبير/وطاقتها المتأججة/وحماسها المستمر/وأملها الكبير في المستقبل/وإحساسها بعظمة العالم الموجود في ما وراء الأفق/إن القصيدة التي كتبها الشاعر "وايتمان" بعنوان "الرواد، أيها الرواد" من أكثر القصائد صدقًا في عرض الحياة الأمريكية/حيث إنها تشعل الحماس لهذه الحركة التطلعية/كما أنها تمتلئ بمعاني الصداقة والإيمان الذي لا يمكن هزيمته/

بعد ذلك، يجب أن يقوم المتحدث بوضع خط تحت الكلمات التي تعمل على توصيل المعنى والتي يجب التأكيد عليها، بالإضافة إلى ضرورة التقليل من التأكيد على الكلمات الأخرى. وهذه هي الفقرة نفسها مع التأكيد على الكلمات المهمة:

لا يستطيع أحد أن يستوعب أمريكا/فهي كبيرة/ومحيرة جداً/إنها تغري الشخص بالذهاب إليها/ولكنها تخدعه/إن هناك العديد من المهاجرين الأميين الذين كانوا يشعرون بوجود أمريكا في دمائهم/حتى قبل عبور الأطلسي/فما زال العديد ممن يعتقدون أن أمريكا

هي قبلتهم يجهلون طبيعة الحياة القومية/ولهذا لن يستطيعوا التجاوب والتفاعل مع مجدها الكبير/وطاقتها المتأججة/وحماسها المستمر/وأملها الكبير في المستقبل/وإحساسها بعظمة هذا العالم الموجود في ما وراء أفق الوقت الحالي/إن القصيدة التي كتبها الشاعر "وايتمان" بعنوان "الرواد، أيها الرواد" أكثر القصائد صدقًا في عرض الحياة الأمريكية/حيث إنها تشعل الحماس لهذه الحركة التطلعية/كما أنها تمتلئ بمعاني الصداقة والإيمان الذي لا يمكن هزيمته/

لقد ناقش الفصل الثامن بالتفصيل كيفية تحقيق هذا التنوع الصوتي من خلال استخدام أسلوب التأكيد. ومن الأمور الرئيسية التي يمكن الاستفادة منها لإيجاد التنوع ما يلي:

- إضافة القوة أو رفع مستوى الصوت
- تغيير نبرة وسرعة وحدة الصوت
- تنويع سرعة الصوت
- تغيير إيقاع الصوت
- تغيير وضع الجسم

من المفيد أن يستمع الشخص إلى نفسه؛ لأن المتحدث بذلك يستمع إلى أسلوبه في تغيير نبرة وحدة وحجم الصوت. ويكون العديد من النصوص التي تتم قراءتها غير جذابة لأن القارئ يتبع في ذلك هذا الأسلوب: بدء الجملة بنبرة عالية ثم خفض مستوى الصوت في نهاية الجملة. وسرعان ما يصبح هذا الأسلوب في الحديث مملاً؛ مثله في ذلك مثل أي أسلوب آخر. لكن يستطيع المتحدث إضافة التنوع إلى الحديث من خلال تغيير الأسلوب. يجب ألا يكون أسلوب المتحدث متوقعًا للجمهور. فيمكن أن يتوقف المتحدث قبل عرض نقطة مهمة ويخلع نظارته وينظر حوله إلى الجمهور. يمكن كذلك أن يقلل المتحدث من مستوى الصوت قبل البدء في عرض نقطة مهمة بدلاً من العكس؛ فينبغي أن يستفيد المتحدث من قدراته الإبداعية. كذلك، يجب أن يضيف المتحدث إلى النص بغض المؤثرات حتى يستطيع جذب انتباه الجمهور؛ حيث إن الجمهور سيُقدّر كل ما يفعله المتحدث لكي لا يكون رتيباً مملاً في الحديث.

٤ - التناسق بين النص وأسلوب القراءة

يجب على المتحدث أن ينظر إلى الجمهور ويتحدث إليهم؛ حيث إن الحديث الفعال لا بد وأن يكون عبارة عن محادثة ممتدة، وحتى الحديث المكتوب يجب أن يبدو دافئًا ومؤثرًا عند قراءته.

بالإضافة إلى ذلك، يجب على المتحدث أن يستخدم الضمير (أنتم) وأن يبتكر طرقًا لاكتساب تفاعل الجمهور مع النص؛ فبدلاً من استخدام عبارات مثل: "الفكرة التالية هي ..." يجب أن يستخدم عبارات مثل: "بينما ننتقل معًا لمناقشة الفكرة التالية ..."

يجب أن يتواصل المتحدث مع الجمهور من خلال الكلمات والإشارات والعين واللغة. فحتى إذا كان المتحدث يقرأ من وراء منصة، يجب عليه أن يحدد المواضع من النص التي يمكنه فيها توصيل أو التأكيد على نقطة ما من خلال استخدام الإشارات. (يمكن كتابة هذه المواضع في الهامش كملاحظات.) كذلك، يجب أن يرشد المتحدث نفسه إلى مكان الوقفات أو رفع العين عن النص المكتوب أو التواصل مع الجمهور من خلال العين فمن أخطر الأمور التي تحدث عند قراءة الحديث أن المتحدث يفقد التواصل بالعين مع الجمهور. ولعل هذا سبب آخر يوضح مدى أهمية التدريب. كما يجب على المتحدث ألا يركز بصره على النص، حيث يجب عليه أن ينظر إلى الجمهور معظم الوقت.

بصفة عامة، عندما يقرأ المرء نصًا مكتوبًا، فإنه يمكنه الرجوع إلى إحدى الجزئيات أو إعادة القراءة. أما عندما يلقي المتحدث حديثه، فإن الجمهور لا يتمتع بهذه الميزة. حيث لا يتاح للجمهور إلا كلمات المتحدث في اللحظة التي يقولها فيها.

- لأن اللغة المكتوبة تختلف عن لغة المحادثة، يجب على المتحدث أن يستخدم أسلوب المحادثة؛ ويكون ذلك باستخدام الاختصارات والجمل القصيرة والكلمات الشائعة والصوت الحيوي. ويمكن التعرف على الفرق بين اللغتين عند قراءة الفقرتين التاليتين:
  - كان العنصر الرئيسي، الملحوظ غيابه، لهذا التجمع المنعقد هو التماسك الذي تجسد على الفور عند اقتراب القائد ذي الشخصية الكاريزمية من المنصة.
  - إننا لم نكن نعمل معًا؛ فقد كنا نفتقد روح الفريق. ولكن بمجرد أن تولى "توم" المسئولية، جمعنا قوتنا ووقفنا بجانبه، ولا نزال نعمل معه.

إن إحدى هاتين الفقرتين مملة ومعقدة. أما الأخرى، فهي فعالة لأنها تصف أفعال الناس الحقيقية.

- يجب استخدام جمل قصيرة وبسيطة؛ حيث يجب على المتحدث تقسيم الجمل المعقدة.
  - أسلوب خاطئ: إن نتائج الاختبار – بعد التخلص من المعلومات الزائفة وتنظيم الأجزاء المتبقية – وبعد تطبيق الطرق الإحصائية المعيارية، كانت إيجابية.

- أسلوب أفضل: لقد أخذنا بيانات الاختبار وتخلصنا من النقاط السيئة ونظمنا ما تبقى. وقد استخدمنا الطرق الإحصائية المعيارية لتحليل هذه النتائج. في النهاية، كانت النتائج إيجابية.

■ ربما يتطلب الحديث المنطوق عدم الالتزام بالقواعد النحوية.

■ ينبغي البعد عن استخدام اللغة الفنية أو المتخصصة جداً التي قد لا يفهمها الجمهور.

■ يجب مراعاة ترتيب الكلمات ونظمها بالشكل المناسب الذي يضمن أكبر درجة من الوضوح وسهولة الفهم.

■ يجب أن تكون الأساليب الانتقالية واضحة وسهلة المتابعة.

- مثال: إن المشكلات الثلاث الرئيسية هي ١ و ٢ و ٣.

■ يجب تجنب التعميم في الحديث عند استخدام الصفات والظروف؛ لأنه يصعب على الناس استيعاب التعميم.

- أسلوب خاطئ: لقد قام بأداء الوظيفة على أكمل وجه.
- أسلوب أفضل: لقد قام بتسليم العمل المطلوب منه دون خطأ نحوي واحد.

■ ينبغي غرس الحقائق: يجب على المتحدث إضفاء جو من التشويق عن طريق استخدام الأسئلة البلاغية.

- مثال: ما النتائج الفعلية لأبحاثهم المتطورة؟

■ يجب ألا يخاف المتحدث من استخدام جمل أو عبارات مؤثرة مثل: "لا يُصدق" و "ممتاز".

■ يجب على المتحدث القراءة بصوت عالٍ يمكن سماعه في أثناء كتابة الحديث. وإذا تعثر في نطق جملة طويلة أو صعبة، فيجب أن يقوم بتغييرها.

■ ينبغي استخدام أساليب التكرار والتأكيد والتركيز والتساؤل لتوضيح النقاط المهمة.

- مثال: سأقولها مرةً أخرى، لقد أنفقنا مليار – مليار وليس مليون – على استيراد البترول.

■ يجب أن يتم ربط الحديث بالجمهور من خلال إضفاء طابع شخصي عليه.

تيسير عملية القراءة من نص مكتوب

لأن قراءة النص هي نشاط بدني، فهذه هي قائمة بالخطوات التي يمكن اتباعها لكي تكون عملية القراءة أسهل:

- يُفضل استخدام ورق ثقيل.
- يجب أن يكون الحامل الذي يتم وضع الورق عليه عريضًا بدرجة تكفي لوضع الصفحات التي تمت قراءتها بجوار التي يقرأ منها المتحدث. (يجب عدم وضع جميع الأوراق مع بعضها البعض.)
- يجب ترقيم كل الصفحات.
- يجب ألا تنتهي الصفحة في منتصف مجموعة من الجمل أو الأفكار المترابطة.
- ينبغي استخدام جانب واحد فقط من الصفحة.
- يجب ترك هامش كبير لكتابة الملاحظات المهمة.
- يجب أن تكون هناك مسافة كبيرة بين الكلمات.
- ينبغي استخدام خط واضح يمكن قراءته.
- يجب أن يكون الخط كبيرًا.
- ينبغي تحديد مواضع الوقفات أو مواضع التنفس وكتابتها في الملاحظات على الهامش في الجانب الأيسر من الصفحة.

إذا قام المتحدث باتباع هذه الخطوات وتحقق من أنه نجح في الإلمام بموضوع الحديث وإضفاء طابع شخصي عليه وتأكيده والحفاظ على التناسق، فإنه سيكون واحدًا من المتحدثين النادرين الذين لا يجيدون عرض الحديث فحسب، بل لديهم القدرة أيضًا على القراءة بأسلوب مؤثر. وسيوضح الفصل القادم كيفية استخدام هذه المقدرة في الاجتماعات التي يكون للنص المكتوب فيها دور مهم.

نصائح مهمة: كيفية القراءة بأسلوب مشوق

١- اختر مقالاً من إحدى الصحف وأعدَّه للقراءة الشفهية. تدرب على قراءته عن طريق تسجيل صوتك في أثناء القراءة ثم إعادة الاستماع إليه للتعرف على جوانب النقص وعلاجها.

٢- اعثر على قصيدة قصصية وأعدها للقراءة. اتبع بعد ذلك الخطوات نفسها التي اتبعتها عند قراءة المقال.

٣- إذا كان لديك أطفال، اختر قصة من القصص التي يسمعها الأطفال قبل النوم وتدرب على قراءتها مع الحرص على تنويع مستوى الصوت بقدر الإمكان. حيث إن الأطفال يحبون التكرار، تدرب على استخدام هذا الأسلوب حتى تجيده.

الفصل الثاني والعشرون

الاجتماعات وزيادة مهارات التحدث

دائمًا ما يسأل الناس الذين أقوم بتدريبهم: "كيف أستطيع التدريب على التحدث أمام الآخرين أكثر، إذا كنت لا ألقي إلا حديثًا واحدًا كل ستة أشهر؟" كأية مهارة، يحتاج التحدث أمام الآخرين إلى التدريب والممارسة باستمرار، ويكمن الحل في الاجتماعات. فقد أوضحت الدراسات أن المديرين التنفيذيين يقضون أكثر من ٨٠ في المائة من وقتهم في الاجتماعات. مع ذلك، فإن العديد من الناس لا يستغلون فرصة وجودهم في هذه الاجتماعات لتطوير مهاراتهم في الحديث أو لتحسين صورتهم كمتحدثين مؤثرين لديهم القدرة على الإقناع. فحتى الاجتماعات الصغيرة تعتبر فرصًا مهمة للمتحدث الذي يعرف كيف يقوم بإدارة اجتماع. حيث إن كل اجتماع يكون عبارة عن فرصة لإلقاء حديث مهما كان موجزًا.

نتيجةً لأن معظم الاجتماعات في الشركات لا تتم إدارتها بنجاح، نجد أن معظم الناس يعتقدون أنها مضيعة للوقت. وحتى هذا الانطباع السيئ قد يفيد المتحدث؛ حيث إنه إذا نجح في إدارة الاجتماع بمهارة، فإنه سيكون متميزًا.

مراحل التعامل مع الاجتماعات

لكي يستطيع المتحدث إدارة اجتماع بمهارة، يجب عليه أن يُجيد التعامل مع المراحل المختلفة للاجتماعات وهي: قبل و في أثناء وبعد الاجتماع. وتتضمن المرحلة التي تسبق الاجتماع إعداد متطلبات الحديث الناجح وهي: الهدف والمغزى من الحديث والنتائج التي قد يحققها وكيفية استجابة الجمهور لهذا الهدف، كما يجب أن يعرف المتحدث مدة الاجتماع وموعده ومكانه. بعد ذلك، يجب على المتحدث أن يقوم بإعداد جدول أعمال يتم الالتزام به؛ حيث إن هذا الجدول يعمل على إظهار تنظيم المتحدث وقدرته على التخطيط والإدارة.

في أثناء الاجتماع، يجب أن يستخدم المتحدث أدوات الحديث الفعال وهي: الافتتاحية والأساليب الانتقالية والخاتمة. عادة ما يشكو الناس في الاجتماعات من نقص الإعداد والنظام؛ حيث يستمر المتحدثون في أحاديثهم لدرجة لا تتناسب مع الحديث أمام مجموعة

كبيرة من الجمهور في أي حديث رسمي. ولهذا، يجب أن يتعامل المتحدث مع الاجتماع بصورة لائقة وبالرسمية نفسها التي كان سيتحدث بها أمام مجموعة كبيرة من الناس؛ حيث يجب أن يكون المتحدث مستعداً وموجزاً ومتميزاً ومدركاً لكل المعلومات.

يتطلب أي اجتماع ناجح أن يتم إعداد متابعة. ولهذا، يجب أن يوزع المتحدث ملخصاً بعد الاجتماع يتضمن عنوان الاجتماع وموعده واسم الشخص الذي كان يديره والحاضرين فيه. كذلك، يجب تلخيص النتائج التي توصلت إليها المجموعة والالتزامات التي تعهد بها الحاضرون وخططهم المستقبلية.

أنواع الاجتماعات

تندرج معظم الاجتماعات تحت أحد هذه الأنواع الأربعة:

١- الاجتماعات التي تعتمد على التقارير والمعلومات

٢- اجتماعات اتخاذ القرارات وحل المشكلات

٣- اجتماعات الإبداع والابتكار في حل إحدى المشكلات

٤- اجتماعات التدريب وتطوير المهارات

يجب أن يحدد المتحدث أولاً نوع الاجتماع؛ فإذا اختار النوع، يجب عليه أن يفكر في النتائج التي سيتوصل إليها الحاضرون. وإذا اضطر المتحدث إلى الالتزام بنوع محدد، فإنه لا يزال بإمكانه صياغة النتائج عن طريق معرفة كل ما يتعلق بكل نوع.

١- **الاجتماعات التي تعتمد على التقارير والمعلومات:** يتطلب هذا النوع من الاجتماعات معظم الإعداد المذكور فيما سبق. وتعتبر القيادة شيئاً مهماً في هذا النوع من الاجتماعات لأنها من الممكن أن تصبح مملة بسهولة كما أنها تشتمل في الغالب على مقدار أكبر من اللازم من المعلومات. وإذا كان هناك أكثر من شخص سيتحدث، فيجب أن يقوم الشخص الذي سيدير الاجتماع بمراجعة هذه الأحاديث قبل البدء ليرى ما إذا كان من الممكن تنقيحها؛ فسوف ينعكس هذا التخطيط السابق عليه بصورة جيدة. وفي بعض المؤتمرات التي يكون فيها كم كبير من المعلومات تتم الاستعانة بمجموعات مناقشة صغيرة، وهو ما يسمح بتنظيم وقت الحاضرين واستيعاب المعلومات.

يعتبر هذا النوع من الاجتماعات من أكثر الاجتماعات رسمية في الأسلوب، وهذا يعطي الفرصة للشخص الذي يقوم بإدارته للظهور بأسلوب افتتاحي مشوق ومقدمة جذابة لكل متحدث، بالإضافة إلى أساليب انتقالية سلسة تهدف إلى الشيء نفسه وخاتمة مؤثرة. إن ما سيقوله مدير الاجتماع وأسلوبه في الحديث يجعل الناس يعتقدون أنهم حضروا اجتماعًا تم التخطيط له جيدًا.

إذا كان المتحدث سيعطي تقريرًا في واحد من هذه الاجتماعات ولكنه لن يديره، فإنه يستطيع تطبيق كل قواعد الحديث المقنع. حيث إن هذا التقرير يكون بمثابة فرصة للمتحدث للتميز بين الآخرين. لهذا، يجب أن يكون حديثه مميزًا.

٢- **اجتماعات اتخاذ القرارات وحل المشكلات:** هذا النوع من الاجتماعات يكون صعبًا؛ حيث إن كل جزء منه يتطلب توجيه الشخص الذي يديره مثل أماكن جلوس الناس ومن سيتحدث ومدة الاجتماع وهكذا. ولهذا، يجب على المدير أن يقوم بإعداد ملخص موجز بكيفية تتابع الحديث حتى يستطيع الناس المتابعة مع ضرورة الحرص على الالتزام بالوقت المحدد.

بالإضافة إلى ذلك، يجب الالتزام بجدول الأعمال الذي ينبغي أن يكون واضحًا حتى يستطيع المشاركون التفكير والإعداد قبل بدء الاجتماع. من ناحية أخرى، يجب ألا يتم إعداد جدول الأعمال بشكل يقيد المشاركين أو يوجههم إلى اتخاذ قرار ما حتى قبل أن يبدأ الاجتماع؛ حيث إن مدير الاجتماع لا يريد أن يكون تفكير المجتمعين موجهًا أو مقيدًا. ولي تجربة في ذلك في دوراتي التدريبية، فعندما كنت أطلب بشكل فردي من الأشخاص الحاضرين اتخاذ قرار قبل الاجتماع كان اتخاذ القرار الجماعي يستغرق وقتًا طويلاً يزيد عن ذلك الوقت الذي يستغرقونه عند عدم تحديد نوعية القرار الذي ينبغي التوصل إليه.

لأن هذا النوع من الاجتماعات عبارة عن اجتماع يجب فيه التوصل إلى "نتائج"، فإن التحدي الذي سيواجهه من يدير الاجتماع يتمثل في أن يقوم بتنظيم الاجتماع وتسيير الأمور بشكل يجعل الحاضرين يتخذون القرار المطلوب أو يحلون المشكلة المطروحة. وإذا استطاع مدير الاجتماع التوصل إلى هذه النقطة الناجحة، فستنعكس عليه النتائج الإيجابية.

٣- **اجتماعات الإبداع والابتكار في حل إحدى المشكلات:** على الرغم من أن هذا النوع من الاجتماعات يكون سلساً ويحد من توجيه المدير، فإن المدير يستطيع أن يمارس توجيهاته عن طريق إرساء المناخ الصحيح - وهو المناخ الذي يشعر فيه المشاركون بالحرية والقدرة على الإبداع؛ فيأتون مثلاً بشعارات جديدة أو يتوصلون إلى طرق لتوفير المال، إلى غير ذلك. كذلك، يجب ألا يكون المدير ميالاً لإصدار الأحكام على آراء المجتمعين. ففي إحدى المرات، كنت أجلس في اجتماع يتطلب الهدف منه التوصل إلى أفكار جديدة للحد من أخطاء الموظفين، وقام أول متحدث لديه ما يكفي من الشجاعة ليتحدث ليقول إن الشركة تقوم بتشغيل عدد أكبر من اللازم من العمالة المؤقتة التي لا تستطيع التعود على اللوائح وليست لديها الفرصة لتعلم الأشياء بشكل صحيح. عندئذٍ، قاطع المدير التنفيذي هذا المتحدث وقال بصوت عالٍ: "إنك مخطئ تماماً"، وبالطبع، لا داعي للقول إنه بهذه الطريقة لم يشارك أي من الموظفين في الحديث بعد ذلك.

يتم الوصول إلى أفضل النتائج في هذه الاجتماعات إذا كان لدى جميع المشتركين مستوٍ عالٍ من الطاقة والحيوية. لذا، يجب ألا يتم عقد مثل هذه الاجتماعات بعد تناول الطعام.

٤- **اجتماعات التدريب وتطوير المهارات:** يجب الاستعداد لهذا النوع من الاجتماعات بشكل سابق. علاوةً على ذلك، سيتطلب الأمر أن يطول وقت الاجتماع حتى يتمكن الناس من الاستجابة والتفاعل. كذلك، ينبغي توفير بعض الوقت للتدريب الذي سوف يحتاجه أفراد الجمهور لتعزيز ما يتعلمونه في هذا الاجتماع.

في هذه الاجتماعات، تتركز مهمة المسئول عن إدارة الاجتماع بشكل أكبر على التيسير، لذا يجب أن يجعل الحاضرين يشاركون في التدريب بنشاط. حيث إن الجمهور سوف يتعلم من خلال التدريب العملي، وليس فقط من خلال المشاهدة والاستماع. وكلما كان تفاعل الناس ومشاركتهم أكثر عن طريق الأسئلة والاستفسارات، حقق المدير نجاحاً أكبر وسمعة أفضل. كذلك، فإن هذه التجمعات تعطي للمتحدث فرصة كبيرة ليقوم في النهاية بتلخيص ما دار بشكل فعال. ولهذا، يجب أن يحرص المدير على أن يكون متميزاً في إلقاء الكلمات الأخيرة.

في كل هذه الأنواع الأربعة للاجتماعات، يجب أن يحافظ المسئول عن إدارة الاجتماع على جذب انتباه الجمهور باستمرار عن طريق الربط بين الموضوعات باستخدام الأساليب الانتقالية والتلخيص المستمر.

وفيما يلي بعض الإرشادات لإدارة الاجتماعات بصورة ناجحة:

- البدء في الموعد المحدد
- الإفصاح عن هدف الاجتماع بوضوح
- استخدام عنوان مع محاولة أن يكون هذا العنوان مشوقًا
- الإيجابية
- الحفاظ على سلاسة الاجتماع وتوجيه الناس في أثناء الاجتماع
- الحيادية إذا اختلفت آراء الحاضرين: مع التأكيد على أهمية التعاون وليس الاختلاف، وإذا نشأ خلاف، فيجب على المدير أن يطرح الأمر للمناقشة خاصةً إذا كان الاجتماع الهدف منه اتخاذ قرار أو حل مشكلة.
- عدم التحيز لإحدى الأفكار أو أحد الأشخاص
- محاولة إضفاء روح الدعابة على الاجتماع
- التعامل مع أي شخص يبدأ في السيطرة على معظم وقت الاجتماع، فمن مسئولية المدير أن يسيطر على هذا الشخص
- توجيه أسئلة مباشرة إذا تطلب الأمر ذلك مع ضرورة أن تكون هذه الأسئلة واضحة وغير مستفزة ثم تسجيل الإجابات
- تحديد شخص يقوم بتلخيص ما اتفق عليه المشاركون مع مناقشة القرارات وتفهم الاختلافات والمشاكل التي تظهر؛ كما يجب تلخيص الخطط المستقبلية التي يجب تنفيذها بعد الانتهاء من الاجتماع، ويجب أن يكون هذا الشخص مشاركًا فعالاً وليس سكرتيراً.
- إنهاء الاجتماع بخاتمة حماسية: فهذه هي فرصة المدير لإظهار أسلوبه وربط الأفكار ببعضها مع عدم السماح للحاضرين بالمغادرة مبكرًا
- الانتهاء في الموعد المحدد

كيفية التعامل مع الاجتماعات الفردية

قد لا يبدو الحديث السريع مع أحد الزملاء أو الرئيس في العمل "اجتماعًا"، ولكن يجب التعامل معه على أنه اجتماع. فحتى المحادثة الهاتفية تتطلب أن يكون لدى المتحدث القدرة على تنظيم الأفكار وتوصيلها بوضوح. ومهما كان قصر وقت الاجتماع، فإنه يعتبر فرصة للتواصل يجب استغلالها. وهذه بعض النصائح المفيدة في هذا الشأن:

- البدء في الموعد المحدد
- تحديد هدف واضح
- ابتكار مقدمة جيدة
- الإيجابية
- الإنصات جيداً
- تلخيص الأفكار الرئيسية في النهاية

كيفية تقديم الآخرين بثبات

تعتبر الاجتماعات التي يقوم فيها شخص ما بعرض تقرير أو اجتماعات الشركة من الفرص العديدة المتاحة للمديرين التنفيذيين التي يمكنهم فيها تقديم الناس. وغالبًا ما يتم تقديم الآخرين بطريقة سريعة وغير متقنة. بيد أن هذه المواقف تمثل فرصًا مهمة يمكن من خلالها للمتحدث لفت انتباه الجمهور لقدراته ولباقته في التحدث.

دائمًا ما يكون لتقديم الآخرين هدفان وهما تعريف الجمهور بالمتحدث وتهيئته للاستماع إليه علاوة على مساعدة المتحدث على الشعور بالراحة، وكلاهما يسهلان من مهمة المتحدث. لكن تقديم الآخرين بصورة جيدة يعود أيضًا بنتيجة إيجابية على الشخص الذي يقدمهم؛ حيث يمثل هذا الموقف فرصة ممتازة لكي يظهر قدراته المتميزة في التحدث – أمام الجمهور. وفيما يلي قائمة ببعض الأمور التي يجب أن يقوم المتحدث (أو لنقل المقدِّم) بها قبل تقديم شخص أو متحدث آخر:

☑ يجب على المقدم الإلمام بما يحتاج إلى معرفته عن الجمهور. ويمكن أن يقوم المقدم بسؤال المتحدث قبل الحديث عن رؤيته حول أفضل الأمور التي ينبغي ذكرها عند تقديمه للجمهور، إذا كان ذلك ممكنًا.

☑ يجب معرفة كل المعلومات اللازمة عن المتحدث مثل الخبرات الخاصة والمناصب التي يشغلها وتعليمه والكتب أو المقالات المنشورة له والمنظمات التابع لها، بالإضافة إلى كل ما يتعلق بالجمهور الذي يخاطبه المتحدث.

☑ ينبغي صياغة أسلوب التقديم كما لو كان حديثًا مصغرًا؛ بحيث يشتمل على مقدمة ومحتوى رئيسي وأسلوب انتقالي وخاتمة.

☑ يجب البعد عن استخدام أساليب التقديم الفكاهية، ما لم يكن المتحدث سيلقي حديثًا مرحًا أو أن يكون المقدم على علاقة وثيقة مع الجمهور.

☑ ينبغي حفظ أسلوب التقديم، فهذا يبدو أفضل من قراءته؛ حيث يريد المقدم أن يبدو غير رسمي، والقراءة من نص مكتوب تتعارض مع ذلك.

☑ يجب التوقف لفترة كافية قبل بدء تقديم الحديث لجذب انتباه الجمهور، ثم الحديث بطلاقة وحماس ودفء. ويجب أن يتذكر المقدم أن وظيفته أن يجعل الجمهور يتشوق لسماع المتحدث.

☑ ينبغي التأكد من النطق الصحيح لاسم المتحدث.

☑ يمكن أن يشتمل أسلوب التقديم على ملاحظة شخصية عن لقاء المقدم بالمتحدث؛ فهذا يقرب المسافات بين الجمهور والمتحدث.

☑ يجب إنهاء أسلوب التقديم بشكل لطيف مثل أن يقول المقدم: "أرجو أن تشاركوني في الترحيب بـ ..." ويبدأ في التصفيق؛ حيث يفضل المتحدثون أساليب التقديم المشوقة.

ولأن الاجتماعات مهمة جدًا، فلقد وضعت قائمة مراجعة في نهاية هذا الفصل، بالإضافة إلى العديد من النماذج.

إن إدارة اجتماع تضع الشخص تلقائيًا في موضع القوة. ولهذا، يجب ألا ينتظر المرة القادمة التي يقوم فيها بإلقاء خطاب كبير، بل يجب استخدام هذه القوة للتدريب على مهارات التحدث أسبوعيًا - أو حتى يوميًا - ويجب أن يدرك الشخص أن الاجتماعات تحدث طوال الوقت سواء أكانت بشكل رسمي ومخطط لها أم مجرد لقاء عابر. إن الاستفادة من كل هذه الفرص لصقل مهارات التحدث هي الخطوة الأولى لكي يكون الفرد معلم نفسه؛ وهذا هو أساس التدريب المستمر والنجاح كمتحدث.

قائمة المراجعة الخاصة بالاجتماع

يمكن استخدام هذه القائمة لتقييم الشخص لنفسه كمدير للاجتماع ولمراجعة العروض التقديمية الخاصة بالآخرين.

الإعداد

١- هل تم إعداد الحجرة وترتيب المقاعد بشكل مناسب؟ ____________

٢- هل كانت وسائل الإيضاح داعمة للحديث وواضحة؟ ____________

٣- كيف تم تسليم النشرات المطبوعة والمواد الداعمة للحديث إلى الجمهور؟

____

٤- هل تم توزيع جدول الأعمال قبل الحديث؟ ____________

٥- هل حضر الاجتماع الأشخاص المناسبون؟ ____________

٦- هل تم تجهيز بطاقات الأسماء وإعداد أماكن للمدخنين وتحديد فترات الاستراحة؟

____

عقد الاجتماع

١- هل كان الهدف من الاجتماع واضحًا؟ ____________

٢- هل تمكنت من الحفاظ على سير الاجتماع بالشكل المناسب؟

____

٣- هل تمكنت من السيطرة على مجريات الاجتماع ولكن دون التسلط واحتكار الرأي؟

____

٤- كيف تم التعامل مع المقاطعين للحديث أو مع مسببات التشويش؟

____

٥- هل تم تشجيع الجمهور على المشاركة في الحديث والتفاعل معه بأقصى درجة؟

____

٦- هل تمت الاستفادة بالشكل الكامل من إمكانيات المجموعة؟

٧- هل دون مُسَجِّل محضر الاجتماع الأمور الرئيسية والتعهدات المهمة والخطط المستقبلية في أثناء الاجتماع بشكل دقيق؟

٨- هل كانت جميع العروض التقديمية مشوقة ولها صلة وثيقة ومتناسقة مع بقية الاجتماع؟

٩- هل كان الوقت يتناسب مع أولويات الاجتماع؟

إنهاء الاجتماع

١- هل كانت هناك ملخصات كافية؟

٢- هل كان لدى مُسَجِّل محضر الاجتماع وقت لكتابة "تقرير تقييمي" عن الالتزامات الرئيسية؟

٣- إذا كان هذا اجتماع لاتخاذ قرار، هل تم اتخاذ هذا القرار؟ ولماذا؟

٤- هل كانت جميع الواجبات والخطط المستقبلية واضحة؟ ____________

٥- هل تم توزيع نموذج التقييم؟ ____________

٦- هل كان هناك ملخص واضح وملاحظات ختامية مميزة؟

المتابعة

١- هل تم إرسال بطاقات الشكر؟ ____________

٢- هل هناك أية أوراق متابعة أو التزامات ضرورية؟ ____________

٣- توزيع النتائج (لا يجب أن يكون المشاركون في الاجتماع آخر من يعلم) ________

٤- الإعلان عن الاجتماع القادم ____________

نموذج تقييم الاجتماع

يمكن أن يحصل المتحدث على تقرير تقييمي جيد عن أسلوبه في الاجتماع إذا طلب من الحاضرين ملء هذا النموذج بعد الاجتماع.

إنني أريد تحسين الأداء في الاجتماعات القادمة. أرجو أن تتكرموا بملء هذا النموذج؟ وأشكركم على حسن مساعدتكم.

١- هل تم الاستعداد جيداً للاجتماع؟

____

٢- هل تمت إدارة الاجتماع بصورة فعالة؟

____

٣- هل كان يمكن تطوير جدول الأعمال؟

____

٤- هل تمت الاستفادة بشكل كامل من إمكانيات المجموعة؟

____

٥- هل كان الزمن مناسباً؟

____

٦- هل تم توضيح الالتزامات والخطط المستقبلية؟

____

٧- في مقياس درجات من ١ إلى ١٠، كيف يمكن تقييم الاجتماع؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
ضعيف			متوسط			جيد			ممتاز

٨- هل هناك أي اقتراحات تطوير أخرى؟

نموذج تقييم الاجتماع الخاص بالتدريب

١- الفوائد التي حصلت عليها من هذه الدورة التدريبية هي:

٢- التغيرات التي سأقوم بها والخطط المستقبلية التي سأقوم بتنفيذها نتيجةً لهذه الدورة التدريبية هي:

٣- ما التقييم الإجمالي للمدرب في ورش التدريب؟

( ) ممتاز ( ) جيد ( ) مرضي ( ) غير مرضي

٤- ما التقييم الإجمالي لورشة العمل؟

( ) ممتاز ( ) جيد ( ) مرضي ( ) غير مرضي

٥- ما أجزاء برنامج التدريب الأكثر إفادة؟ ولماذا؟

٦- ما الأجزاء الأقل إفادة؟ ولماذا؟

٧- اقتراحات أخرى لتطوير برنامج التدريب

نصائح مهمة: تطوير الاجتماعات

١- طُلب منك أن ترأس اجتماع نهاية العام الخاص بتقييم أداء القسم. ضع قائمة بالخطوات التي ستقوم باتخاذها للتأكد من أنه سيكون اجتماعًا جيدًا ومنظمًا.

٢- عليك أن تدير اجتماعًا لابتكار إحدى الأفكار حول كيفية حل مشكلة دوران العمالة. فمن سيكون الحاضرون في هذا الاجتماع؟ قم بوضع جدول الأعمال والخطة الزمنية لهذا الاجتماع.

٣- قم بملاحظة الاجتماعات التي تحضرها لمدة شهر مع الانتباه إلى كيفية الإدارة والتنظيم والمشاركة وكل الإيجابيات والسلبيات. استعن بكل هذه الأمور في تطوير أدائك في الاجتماع القادم الذي تقوم بإدارته.

٤- لقد تم اختيارك لتقوم بتقديم رئيس الشركة التي تعمل بها للموظفين العاملين من خلال برنامج تهيئة الموظفين. قم بصياغة تقديم فعال يُظهر الرئيس بشكل جيد وكذلك يوضح قدراتك في التحدث ولباقتك.

الجزء السادس

النجاح تطبيق للمعرفة ومواصلة للتقدم

الفصل الثالث والعشرون

التدريب والتقييم الذاتي

لقد تم من خلال هذا الكتاب عرض مهارات معينة يمكن الاستعانة بها ليصبح الفرد متحدثًا بارعًا. لكن الأمر لن يكتمل دون أن يكون لدى المتحدث طريقة ما تمكنه من تقييم تقدمه في هذا الشأن، وهذه من النقاط المهمة التي يتم إهمالها. على سبيل المثال، لقد حضرت ذات مرة اجتماعًا لبعض المتحدثين المحترفين. وقد كان هناك مدرباً للحديث لكي يقوم بنقد أداء من يريد أن يتم تقييم أدائه. وقد كان ما أدهشني أنه لم يكن هناك إلا ١٠ في المائة فقط من المتحدثين يريدون هذا التقييم. إن تقييم أداء الفرد هو الطريقة الوحيدة لتطوير أدائه كمتحدث، ونادراً ما يتوفر للمتحدثين فرصة أن يتم تقييمهم بموضوعية.

بصفة عامة، نجد أن المحترفين في جميع المجالات لا يتمكنون من التقدم فيما يقومون به من عمل أو نشاط دون مساعدة مدربين محترفين لهم. لهذا، فإنهم يستعينون بمثل هؤلاء المدربين ليحصلوا منهم على التقييم والدعم حتى يتحسن ويتطور أداؤهم.

تجدر الإشارة إلى أن المتحدثين - وخاصةً أولئك الذين يقتصر عملهم على إلقاء أحاديث لموظفي الشركات على فترات متباعدة - لا يستفيدون من مثل هذه الميزة. فعادةً ما يعتمدون فقط على ردود أفعال الجمهور قبل الانتقال إلى العرض التقديمي التالي، والذي ربما يكون بعد عدة أشهر. لكن المتحدثين يحصلون على قوتهم فقط من خلال التقييم والنقد. ومن الممكن أن يكون المتحدث هو ناقد نفسه وذلك إذا قام بهذه العملية بشكل بناء. يعتبر الحصول على ردود الأفعال الخطوة الأولى لكي يصبح المتحدث ناقداً لذاته، وسيوضح هذا الفصل كيف يمكن أن يكون المتحدث ناقداً ومعلماً لنفسه. ويمكن للمتحدث استخدام النماذج الموجودة في نهاية الفصل لتقييم نفسه والآخرين، أو يمكن للمتحدث توزيع نماذج أخرى على الجمهور حتى يقوموا بتقييم أدائه.

نقد الذات وجلد الذات

في دورات فن التحدث أمام الآخرين التي أقوم بتدريسها، أطلب من المشاركين أن يشاهدوا شرائط فيديو مسجلة عليها أحاديثهم. وعندما يأتي وقت التقييم، فإن الناس يكونون

أقسى في نقدهم أنفسهم منهم عند نقدهم زملاءهم. وعندما أسألهم عن نقاط القوة والضعف في أدائهم، يقومون على الفور بعد قائمة طويلة من نقاط الضعف ولا يذكرون أية نقاط للقوة.

حتى يكون نقد الذات مثمراً، يجب على المتحدث أن يرفق بنفسه وأن يتعلم مما يحصل عليه من تقييم. وإذا ما قال الناس إن أداءك جيد، فلم لا تصدقهم؟ إن التدريب ما هو إلا نقد، ولكنه أيضًا يُنمي من ثقة الفرد بنفسه عن طريق تجاهل ما قد يزعزع هذه الثقة وقبول التعليقات الإيجابية. ويجب أن يكون المتحدث قادراً على معرفة النقاط الجيدة في أدائه بالإضافة إلى الأشياء التي طورها منذ آخر حديث له. بصفة عامة، يجب ألا يكون المتحدث قاسياً على نفسه، بل يجب أن يكون تقييمه لنفسه خبرة تساعد على الرفع من مستواه وليس خبرة سلبية. وفيما يلي خمس طرق لتحسين مستوى الأداء:

١- **تقييم الذات:** يجب أن يقوم المتحدث بتسجيل كل حديث يلقيه وأن يقيّم كل واحد منها من حيث أسلوب الإلقاء والمحتوى والصوت والحديث. وإذا استطاع المتحدث الحصول على كاميرا فيديو واستخدامها، فيمكنه أن يقوم بتقييم إشاراته وإيماءاته ولغة الجسد التي يستخدمها. ويجب أن يضع قائمة بكل الأشياء التي تحسن في أدائها منذ آخر حديث له، بالإضافة إلى الأشياء التي ما زالت تحتاج إلى تحسن. ويجب أن يتذكر المتحدث دائمًا أنه يجب ألا يكون قاسيًا على نفسه، بل يجب أن يكون رفيقًا بها.

٢- **تقييم شخص آخر لأداء المتحدث:** من الممكن أن يكون هذا الشخص زميلاً أو رئيساً أو صديقًا بحسب الموقف، ويجب أن يطلب منه المتحدث أن يكون أمينًا معه وأن يقوم بتدوين رد فعله بينما يلقي المتحدث حديثه. من الممكن استخدام هذا الأسلوب عند التدريب على إلقاء الأحاديث أو في العروض التقديمية الفعلية.

٣- **الاستعانة بنماذج التقييم بعد كل حديث:** يجب أن يهتم المتحدث بهذه النماذج حتى لو كان التقييم مؤلمًا له؛ حيث يجب الاستماع إلى النقد والاستفادة منه إذا كان نقداً بناءً. وبهذا، سيتحسن أداء المتحدث في المرة القادمة. على سبيل المثال، أخبرني أحد أفراد الجمهور ذات مرة أن وسيلة الإيضاح التي استخدمتها لم تكن تدل على احترافية. وبعد ذلك، كنت أطلب من أحد الرسامين أن يصممها لي؛ وبهذا، كنت أشعر بمزيد من الثقة حيال العرض التقديمي بالكامل.

٤- **تقييم المتحدثين الآخرين:** يوجد في نهاية هذا الفصل نموذج يشتمل على بعض المعايير التي يتم من خلالها الحكم على المتحدث؛ فيجب على المتحدث استخدامها عند حضور أحد الأحاديث. وبهذا الأسلوب، سيشعر المتحدث بالنقاط التي يحتاج فيها إلى تحسن في الأداء. وعندما يستخدم المتحدث هذه النماذج، فإنه يدرك بالضبط مواطن قوة وإيجابيات المتحدثين الآخرين؛ حيث إن هذه النماذج تقوم بتقسيم الحديث إلى أجزاء وتضع خطوات لعملية التقييم.

٥- **التدرب على الحديث لأطول فترة ممكنة:** لا ينبغي أن ينتظر المتحدث الأحاديث الكبيرة فقط لكي يصقل مهاراته، بل يجب استغلال أية فرصة يمكنه من خلالها إلقاء حديث أو التطوع لإلقاء أحاديث أمام مجموعات صغيرة من الناس. إن الطريقة الوحيدة للحصول على فوائد تدريب المتحدث لنفسه وللاستمرار في التطور هي أن يتحدث الشخص كلما تمكن من ذلك.

يجب أن يستمر المتحدث في التدريب في أثناء الاجتماعات وأن يطلب من الآخرين تقييمه، وأن يسأل نفسه في آخر كل حديث - سواء أكان كبيرًا أم صغيرًا - عن الأشياء التي قام بأدائها بشكل جيد وعن الأشياء التي يحتاج فيها إلى تحسن. وقبل أي حديث، يجب على المتحدث أن يحدد نقطة أو نقطتين تحتاجان إلى تحسين، ثم يقوم بتدوينهما على بطاقات الملاحظات. ويجب أن يستمر المتحدث في تحديد هذه النقاط؛ حيث إنها تتطلب الإعادة سبع مرات على الأقل قبل أن يعتاد المتحدث على هذا التغيير. من ناحية أخرى، يجب أن يدرك المتحدث أن التحسن يحدث ببطء - فليس هناك شيء يحدث مرة واحدة.

أهداف التدريب الذاتي

إن للتدريب الذاتي هدفًا رئيسيًا - وهو تحسن الأسلوب في كل مرة - يمكن تحقيقه عن طريق تحقيق سلسلة من الأهداف الأصغر وهي:

- حصول المتحدث على تقييم الآخرين لأدائه
- الرفق مع الذات: يجب أن يكون المتحدث موضوعيًا في تقييم أدائه مما يعني تحديد العناصر السيئة والجيدة على حد سواء.
- عدم التركيز على نقاط الضعف فقط، بل يجب ذكر نقاط القوة أيضًا

- تجنب محاولة حل العديد من المشكلات في وقت واحد
- الوضع في الحسبان أن هناك مشكلات خطيرة وأخرى بسيطة. فعلى سبيل المثال، إن الإمساك بقلم طوال الحديث يعد عيبًا بسيطًا ومن السهل التخلص منه، بينما حشو الكثير من المعلومات في الحديث يعتبر عيبًا خطيرًا وسيحتاج إلى جهد في علاجه.
- العمل على إصلاح أحد الأخطاء الخاصة بالإلقاء في كل حديث. على سبيل المثال، إذا كان المتحدث ينطق بلفظ يدل على التردد أو التلعثم كثيرًا في أثناء الحديث، فيجب عليه أن يتخلص من هذه العادة قبل العمل على إصلاح الأخطاء الأخرى
- العمل فورًا على التخلص من الأخطاء المتعلقة بمحتوى الحديث كعدم وجود أسلوب افتتاحي جيد أو عدم كفاءة الأساليب الانتقالية
- التدريب على تقييم الذات بانتظام؛ مع إدراك أن هذه العملية تتطور باستمرار
- عدم توقع الكثير من الآخرين
- ترتيب الأخطاء بحسب أولويتها
- التركيز على الأخطاء الستة الشائعة في الحديث، بالإضافة إلى النقاط الصعبة في الحديث
- عدم طلب التقييم من أشخاص مجحفين في النقد (أو من أشخاص يمكن أن تغلب عليهم المجاملة)
- تطوير الذات عن طريق التفكير في مدى التحسن الذي طرأ على أداء المتحدث
- الاستماع إلى التقييم وتصديق ما به من إشادة، إن وجدت. بهذا، يكتسب المتحدث الثقة في الذات والطاقة الإيجابية

إن الطريقة الوحيدة لكي يتطور المتحدث في أدائه هي الاستمرار في تدريب ونقد الذات. وعادةً ما يستعين المحترفون بمدربين لأن التميز ما هو إلا عملية؛ حيث إن المتحدث يتعلم في كل مرة، فهو يتعلم من خبراته. ولأن التقييم الذاتي يعمل على تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف، نجد أن المتحدثين المحترفين يهتمون به كجزء أساسي من طريق التميز في إلقاء الحديث بفعالية.

إن المتحدث يتعلم التحدث أمام الآخرين بفعالية من خلال اضطراره للتحدث، بالإضافة إلى الاستماع بعناية إلى أحاديث الآخرين. ولهذا، يجب على المتحدث أن يستخدم النموذج القادم عندما يستمع إلى الناس، وهذا سيساعده على تحديد نقاط القوة والضعف العامة. ومن الممكن استخدام هذا النموذج كاستبيان يتم تسليمه للجمهور بعد الحديث.

نصائح مهمة: تدريب وتقييم المتحدث لذاته
١- شاهد أحد المتحدثين المشهورين في التليفزيون واستخدم نموذج تقييم المتحدث في نقده.
٢- قم بصياغة حديث حماسي يستغرق خمس دقائق عن الاجتماع القادم بالعاملين. قم بتمرير نموذج التقييم بعد الانتهاء من العرض التقديمي. ثم قم بعد ذلك بعمل قائمة بالعيوب الخطيرة والبسيطة التي تحتاج إلى إصلاح ووضع خطة لإصلاحها.

نموذج التقييم الإجمالي للمتحدث

١- التغلب على الأخطاء الستة الشائعة في الحديث

أ- هل الهدف من الحديث واضح؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

ب- هل هناك نسق واضح للتنظيم؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

جـ- هل يشتمل الحديث على الكثير من المعلومات؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

د- هل هناك أدلة تدعم هذه المعلومات؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

ما الأدلة المستخدمة؟ (على سبيل المثال، قصص ومقارنات)

هـ- هل الصوت واضح ومتنوع ومشوق؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

و- هل الحديث يساعد في حل مشاكل الجمهور ويفي باحتياجاته؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

٢- النقاط الصعبة في الحديث

١- الافتتاحية

أ- هل يبدو المتحدث واثقًا من نفسه ومحدداً لهدفه قبل بدء الحديث؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

ب- هل استطاع المتحدث جذب انتباه الجمهور؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

جـ- هل استطاع المتحدث توجيه الجمهور؟

نعم ــــــــ يحتاج إلى تطوير ــــــــ لا ــــــــ

د- هل نجح المتحدث في التعبير عن نفسه؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

٢- الأساليب الانتقالية

أ- هل الأساليب الانتقالية واضحة؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

٣- الخاتمة

أ- هل استطاع المتحدث تلخيص الأفكار الرئيسية؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

ب- هل الخاتمة مميزة وفعالة؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

٤- الإجابة عن الأسئلة

أ- هل استطاع المتحدث المحافظة على السيطرة؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

٥- وسائل الإيضاح المرئية والنشرات المطبوعة

أ- هل تم إعدادها بشكل جيد؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

ب- هل يمكن رؤية وسائل الإيضاح؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

٣- الأساليب الفعالة في الحديث

١- اللغة القوية والمقنعة

أ- هل استخدم المتحدث أمثلة بارزة؟

نعم ______ يحتاج إلى تطوير ______ لا ______

ب- هل تجنب المتحدث استخدام أسلوب المبني للمجهول؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

ج- هل استفاد المتحدث من الأساليب والجمل التي تشعل حماس الجمهور في إقناعهم بشيء؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

٣- لغة الجسد

أ- الإعداد: هل استفاد المتحدث جيداً من وسائل الإيضاح والملاحظات وأسلوب ترتيب الحجرة؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

ب- هل بدت الثقة من إشارات المتحدث ووضع جسمه؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

ج- هل ابتسم المتحدث ونجح في التواصل مع الجمهور من خلال نظرات العين؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

٤- الملخص

أ- هل نجح المتحدث في توصيل هدفه؟

نعم ———— يحتاج إلى تطوير ———— لا ————

ب- في مقياس درجات من ١ إلى ١٠، هل كان الحديث مفيداً ومشوقاً ومقنعاً؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
لا					إلى حد ما				نعم

٥- اقتراحات لتطوير الأداء

(إذا كان المتحدث سيقوم بتقييم نفسه بعد الحديث، يمكن إضافة الأسئلة التالية.)

أ- إلى أي حد كان المتحدث راضياً عن أدائه؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
إلى حد ما									تماماً

ب- ما الذي يستطيع المتحدث تطويره في إلقائه للحديث؟

الأخطاء الستة الشائعة

١- ________________

٢- ________________

٣- ________________

٤- ________________

٥- ________________

٦- ________________

أشياء أخرى

١- ________________

٢- ________________

٣- ________________

٤- ________________

٥- ________________

٦- ________________

يمكن للمستخدم استخدام هذا النموذج مع مجموعات متنوعة من الجمهور للحصول على تقرير تقييمي حول أدائه في العروض التقديمية. يجب تنويع هذا النموذج وفقًا لنوع العرض التقديمي.

نموذج تقييم بسيط

١- إلى أي حد كانت الأفكار والمعلومات والمفاهيم لها قيمة عند المتحدث؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
ليس لها قيمة		لها قيمة إلى حد ما			لها قيمة مقبولة				لها قيمة كبيرة

٢- إلى أي حد كان أداء المتحدث فعالاً في توصيل المعلومات؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
ليس له فعالية			له فعالية إلى حد ما			له فعالية مقبولة			له فعالية كبيرة

٣- مقارنةً مع الاجتماعات الأخرى التي تغطي الموضوع نفسه، ما تقييم أداء برنامج المتحدث اليوم بالدرجات؟

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
ضعيف			مقبول			متوسط			ممتاز

٤- ما أكثر الأفكار قيمة بالنسبة للمتحدث؟

____

____

____

____

____

٥- كيف يمكن تطوير أداء المتحدث؟

____

____

____

____

____

____

____

الفصل الرابع والعشرون

استخدام أسلوب مميز في إلقاء الحديث

أهمية التحمس للموضوع

لقد اكتسبت عشقي للنباتات من أستاذي المتخصص في علم النبات، وذلك لأنه كان متحمساً جداً للدروس التي كان يعلمها لي منذ اليوم الأول من الدراسة. ففي اليوم الأول قال: "سيداتي وسادتي، هل يمكنكم تخمين ماذا لدي الآن؟" وبحماس شديد، أعطى كل واحد منا ورقة شجر وقال: "هذا كائن حي" إن هذا الأسلوب ينقل عدوى الحماس إلى الناس. إن أفضل المتحدثين هم الذين يتحمسون لموضوع حديثهم؛ حيث تكون لديهم العاطفة ولا يخشون إظهارها. إنهم يعرفون أنه إذا كان الحديث يتطلب الإقناع، فلن يستطيعوا استخدام الأسلوب الحيادي أو الأسلوب الفاتر.

سواء أكان المتحدث يواجه جمهوراً أم يتعرض للأسئلة أم يتحدث مع رئيسه في العمل أو مع أحد العملاء المهمين، فيجب عليه أن يعرف أن الكلمات لا تقوم إلا بتوصيل جزء من الحديث، ويكمن الباقي في كيفية إلقاء هذه الكلمات. وبغض النظر عن الكلمات مهما كانت مقنعة أو فعالة، فإن طريقة الإلقاء هي التي ستضيف إلى فعالية الحديث أو تفسده. إن لغة الجسد هي التي تعطي الجمهور الانطباع الأول عن المتحدث، أما أسلوب المتحدث في إلقاء الحديث فيعمل على الاستمرار في تشكيل هذه الانطباعات. وإنني لا أزال أتذكر أستاذ علم النبات – الذي سبقت الإشارة إليه – لأن طريقته في تقديم النباتات كانت مفعمة بالحماس. فإذا ما نظر المتحدث إلى المتحدثين الآخرين حوله واستمع إليهم، فسيجد أن أكثرهم نجاحاً وتأثيراً على الجمهور من يكون حديثه مفعماً بالحماس والعاطفة.

بالإضافة إلى ذلك، يجب استخدام الأسلوب الحماسي طوال الحديث؛ حيث يكون من الضروري إظهار الحماس للموضوع وللجمهور على حد سواء مع الكلمات الافتتاحية. فبشكل عام، يجب أن يعرف الجمهور أن المتحدث سعيد ومتحمس للحديث معهم.

يؤدي الحماس الحقيقي إلى أن يكون الحديث فعالاً، كما أنه يجعل الحديث يظهر كما لو كان المتحدث يلقيه لأول مرة أمام الجمهور، بغض النظر عن عدد مرات إلقائه لهذا الحديث نفسه من قبل. ويجب على المتحدث الاستفادة من سر نجاح الممثلين وهو "اجعل كل مرة تتحدث فيها عن شيء تبدو كما لو كانت المرة الأولى".

تطوير نقاط القوة عند المتحدث

كما أن لكل فرد أسلوبه الفريد في المشي والملبس والكلام، فإن لكل متحدث أسلوبه المتميز في توصيل الحديث. ولكي يعرف كل متحدث أسلوبه في الحديث، يجب أن يقوم بتصوير نفسه أثناء إلقاء حديث، وبعد ذلك، يشاهد هذا التصوير لمعرفة أسلوبه في توصيل الحديث. علاوةً على ذلك، يجب على المتحدث مشاهدة أربعة محاورين تليفزيونيين يقدمون برامج متشابهة لملاحظة الفروق الكبيرة بينهم في الأسلوب؛ حيث سنجد أن كل محاور يعمل على تقديم برنامجه باستخدام أسلوبه الشخصي.

إن الطريق لتطوير هذا الأسلوب هو التعرف على نقاط القوة ومحاولة تحسينها؛ وإذا كان المتحدث يتمتع بمهارة رواية القصص، فيجب أن يشتمل حديثه على قصص. وإذا كان المتحدث يستطيع إمتاع أصدقائه باستخدام تعبيرات وجهه وإشارات يديه، فيجب ألا يتخلص من هذه الأشياء في حديثه. إن التكلف في أسلوب معين في الحديث قد يشوش على الجمهور، وأحيانًا ما يركز بعض المتحدثين على الأسلوب ويهملون جوهر الموضوع. وبالنسبة لي، فإنني أميل إلى الحيوية والحركة في الحديث، كما أنني أدرك أنه في بعض الأحيان سأضطر إلى التقليل من إشاراتي وحركاتي. ولكن في معظم الأحيان، إذا استطاع المتحدث الاستفادة من أسلوبه التلقائي في الحديث؛ فهذا سيعزز من علاقته بالجمهور.

تهيئة جو من الألفة بين المتحدث والجمهور

يحتاج المتحدث في جزء معين من مقدمة الحديث أن يتعرف الجمهور على شخصيته وطبيعته، وكل متحدث يستخدم في ذلك أسلوبًا مميزًا. إن الجمهور يعرف بالفعل شيئًا عن المتحدث من خلال مظهره والأسلوب الذي يتم تقديمه به، ولكن المتحدث يحتاج إلى الإفصاح عن شخصيته بنفسه. ولتحقيق ذلك، يمكن أن يستخدم المتحدث فكاهة أو قصة مرحة، ولكن يجب أن يكون شيئًا يتعاطف معه الجمهور.

كما أن اشتمال الحديث على بعض من خبرة المتحدث يساعد على صبغ الحديث بصبغة شخصية؛ فمشاركة هذه الخبرة مع الجمهور تمكن المتحدث من جعل الحاضرين يهتمون به، وهذا يجعلهم أكثر انتباهًا له وتجاوبًا مع كلماته.

الأساليب الأربعة لإلقاء الحديث

على الرغم من أن ثقة المتحدث بنفسه تتزايد في أثناء إلقائه للحديث، فإن الطريقة التي يستقبل بها الجمهور أداءه تعتمد بشكل أساسي على أسلوب المتحدث في إلقاء الكلمات. وهناك أربعة أساليب لإلقاء الحديث: حفظه أو قراءته أو ارتجاله دون إعداد أو ارتجاله مع إعداد بعض الأفكار. (وسيتم التعرض لكل أسلوب بالتفصيل فيما يلي)

أسلوب الحفظ

يعتبر إلقاء الحديث باستخدام أسلوب الحفظ للنص بأكمله أسلوبًا صعبًا، وإنني لا أنصح المتحدثين الجدد باستخدام هذا الأسلوب. إن الحفظ يتطلب الكثير من المتحدث؛ وما لم يكن المتحدث يستطيع الإلقاء بصورة جيدة، فسيتضح أن الحديث محفوظ. وفي العديد من الشركات، يحقق المتحدثون الذين يستعينون بهذا الأسلوب نتائج جيدة ويؤثرون على الجمهور، ولا شك في أن هذه النتيجة إيجابية. مع ذلك، فإنه في التحليل النهائي لن يمانع الجمهور إذا استعان المتحدث ببعض الأفكار المكتوبة إذا كان الحديث مشوقًا ومثيراً للأفكار.

عادةً ما يحفظ المتحدثون المحترفون أحاديثهم لأنهم دائمًا يستخدمون الحديث نفسه، إلا إنهم في كل مرة يقومون بإضافة أو حذف شيء حسب نوع الجمهور الذي يخاطبونه. إن المتحدث البارع فقط هو الذي يستطيع إعادة الحديث مرات ومرات، وفي كل مرة يبدو جديداً. لهذا، إذا لم يكن المتحدث ممثلاً ماهراً – أو سياسيًا ستقوم الصحف بتحليل كلماته في اليوم التالي، فيجب عليه ألا يحفظ الحديث.

أسلوب القراءة من النص المكتوب

إن لقراءة نص الحديث المكتوب جوانب سلبية مشابهة. وإذا لم تكن الكتابة بأسلوب رائع، فمن الخطأ أن يقرأ المتحدث حرفيًا من النص المكتوب. ويستثنى من هذه القاعدة رؤساء الدول؛ حيث يكون لرئيس الدولة موظف متخصص في كتابة الأحاديث. ولقد سمعت ذات مرة أحد الكتّاب الموهوبين يلقي حديثًا متميزًا؛ وعلى الرغم من أنه كان يقرأ الحديث، فإنه نجح في إلقائه لأن أسلوبه المتميز في الكتابة ساعده على الإلقاء بصورة جيدة.

إن معظم المتحدثين ليسوا كتّابًا بارعين كما أنهم يتعثرون عند محاولة كتابة أي شيء؛ حيث تفتقد كتاباتهم إلى الثقة التي تظهر في أساليب كتابة الكتّاب المحترفين مما يؤدي إلى

أن يكون أسلوب الكتابة متكلفًا. ولكي يدرك المتحدث خطورة استخدام هذا الأسلوب، يجب عليه المقارنة بين عنوان رئيسي في جريدة وبين الطريقة التي نستخدمها في إخبار أحد الأصدقاء بشيء. ففي المحادثة، يميل المتحدث إلى استخدام الأسلوب التلقائي والجمل القصيرة واللغة البارزة واللغة العامية؛ حيث يكون أسلوب الحديث غير رسمي وأكثر تشويقًا، وهذا ما يجب أن يكون عليه الحديث.

وهناك عيب آخر لأسلوب القراءة وهو أنه عندما يقرأ المتحدث، فإنه بذلك يتواصل مع نص الحديث وليس مع الجمهور. وعادةً ما يعتقد المتحدثون المبتدئون أنهم لو استطاعوا حفظ الحديث عن طريق قراءته عدة مرات، فإنهم سيكونون قادرين على إلقاء الحديث حرفيًا دون قراءة من نص مكتوب. وهذه فكرة عظيمة، ولكنها ليست مفيدة؛ حيث إنه إذا تدرب المتحدث على القراءة من النص المكتوب، فإنه يصبح مرتبطًا بالورق ومن ثَمّ يكون من المستحيل عليه أن يبتعد عنه. علاوةً على ذلك، عند استخدام هذا الأسلوب، يفقد المتحدث معظم قدرته على التعبير واستخدام لغة الجسد وهي الأدوات التي تجعل الحديث مميزًا.

إذا شعر المتحدث أنه يجب عليه قراءة الحديث، فيجب عليه أن يبدأ بإلقائه مع تسجيله ثم يقوم بعد ذلك بكتابته وقراءته من النص. وبهذه الطريقة، سيبدو الحديث على الأقل أقرب إلى اللغة الحوارية منه إلى النص المكتوب.

أسلوب الارتجال دون إعداد

إذا كان المرء مشهوراً كمتحدث، فسيطلب منه الناس في بعض الأحيان أن يُلقي حديثًا على الفور (ويمكن أن يحدث هذا بغض النظر عن مكانة المتحدث). حتى أن أحد المتحدثين المتمرسين قال إنه لا يلجأ أبدًا إلى نص سبق إعداده؛ فمن لا يستطيع ارتجال حديث يمتد لمدة ٣٠ دقيقة لا يستحق أن ينصت إليه الآخرون.

إذا كان للمتحدث خبرة في الحديث، فإنه سيستطيع إلقاء الحديث بأسلوب ارتجالي دون إعداد. إن عناصر الحديث الارتجالي عبارة عن نسخة مركزة من أي حديث سبق إعداده. وكلما كانت العروض التقديمية الرسمية أكثر تخطيطًا وإعدادًا وتنقيحًا، كان المتحدث أكثر قدرة على الإقناع في جميع أحاديثه.

وهذه بعض العناصر التي يمكن أن تساعد المتحدث عند استخدام هذا الأسلوب:

- تحديد الأفكار الرئيسية
- تحديد الهدف
- استخدام الأمثلة البارزة
- استخدام خاتمة مميزة
- الربط بين المقدمة والخاتمة؛ لما لذلك من تأثير جيد على الجمهور

إذا كان المتحدث مشهوراً في مجال ما، فمن الأفضل أن يحتفظ دائمًا ببعض الأحاديث الموجزة التي يمكنه أن يلقيها ارتجاليًا في أي موقف يتطلب ذلك.

أسلوب الارتجال مع إعداد بعض الأفكار

إذا لم يكن المتحدث يريد حفظ الحديث أو قراءته أو ارتجاله دون إعداد سابق، فإنه يستطيع استخدام أسلوب آخر وهو الارتجال مع إعداد بعض الأفكار. وهذا هو الأسلوب المفضل لجميع المتحدثين؛ حيث إنه يعني إعداد الأفكار جيداً،،ولكن دون إعداد الكلمات. ولكي يتمكن المتحدث من استخدام هذا الأسلوب، يجب أن يتدرب من البداية على استخدام الملاحظات وليس على النص المكتوب. ويكون الهدف من هذا التدريب ليس حفظ الحديث، بل التعود على التعبير واستخدام الأفكار. لذا، يجب على المتحدث ألا يحفظ، بل يجب أن يتعود على الحديث. ويمكن الاستعداد أيضًا عن طريق قراءة الحديث وتسجيله على شريط مع الاسترشاد بمخطط للحديث. فإلقاء الحديث يتميز عن قراءته في أنه يعطي الكلام حيوية ويساعد المتحدث على تجنب أخطاء القراءة من النص المكتوب.

في أثناء التدريب، يجب القراءة بصوت عالٍ والوقوف، وذلك على الأقل ست مرات. علاوةً على ذلك، يجب تعديل الملاحظات بعد كل مرة من تسجيل الحديث. وكلما زاد عدد مرات التدريب، ظهر الحديث بشكل أفضل. فقد قال من كانوا يعرفون "إبراهام لينكولن" جيداً إن فعالية أحاديثه كانت تكمن بقدر كبير في الفترة التي كان يقضيها في التدريب على الحديث بصوت عالٍ وهو واقف.

حتى عند ارتجال الحديث مع إعداد بعض الأفكار، يجب أن يحفظ المتحدث بعض العناصر الرئيسية من الحديث مثل الافتتاحية وأسلوب الانتقال من الافتتاحية إلى العنصر الذي يليها وكذلك الأساليب الانتقالية المهمة الأخرى، بالإضافة إلى الخاتمة.

إن حفظ هذه الأجزاء يضمن أن يتمكن المتحدث من التحول من عنصر إلى آخر كما سيساعده في التواصل مع الجمهور من خلال نظرات العين في كل اللحظات المهمة.

وعندما يتحدث المتحدث بشكل ارتجالي مع إعداد بعض الأفكار، فإنه يدمج بين مجموعة من الأساليب المختلفة لإلقاء الحديث. كذلك، سيجد المتحدث أنه يحفظ في ذاكرته بعض الأفكار، ويقوم من حين لآخر بقراءة ملحوظة من الأوراق المدونة بها الملاحظات، كما أنه قد يضيف بعض الملاحظات التلقائية الارتجالية. وعندما يكون أسلوب المتحدث يتسم بالمرونة، من الممكن أن يتطور الحديث ويستطرد فيه المتحدث، مع الحفاظ في الوقت نفسه على هدوئه واتزانه وسيطرته على الموقف لأنه متمكن تماماً من أدائه في إلقاء الحديث.

تدوين الملاحظات وتيسير إلقاء الحديث

هناك العديد من العروض التقديمية التي تحتوي على أفكار جيدة ولكنها ليست مؤثرة؛ حيث إن المتحدث يستخدم بعض الملاحظات الضعيفة أو يقوم بتدوين كل كلمة من الحديث. وإذا تم استخدام البطاقات التي يدون فيها الملاحظات جيداً، فإن هذه البطاقات ستساعد المتحدث على اكتساب الثقة بذاته؛ حيث إن هذه الملاحظات ستجعل الحديث أكثر سلاسة عن طريق مساعدة المتحدث على الانتقال من فكرة رئيسية إلى أخرى. وتعمل هذه البطاقات كوسائل مساعدة؛ حيث إنها تشتمل على مخطط الحديث وملاحظات للمتحدث وقصص سيحتاج إليها المتحدث، بالإضافة إلى الأفكار المهمة والعبارات. علاوةً على ذلك، تعمل هذه البطاقات على تذكير المتحدث بمواضع استخدام وسائل الإيضاح المرئية – أي شيء وكل شيء قد يساعد المتحدث. من ناحية أخرى، فإن هذه البطاقات تنقذ المتحدث من أكبر مخاوفه ألا وهو نسيان الفكرة أو العنصر التالي.

وهذه البطاقات – سواء أكان مقاسها ٥×٣ بوصة أم ٤×٦ بوصة – يكون من السهل الإمساك بها، كما لا يصدر عنها صوت أو تهتز كما هو الحال مع الأوراق كبيرة الحجم علاوة على أنها توضح ما يتسم به المتحدث من احتراف وما قام به من إعداد للعرض التقديمي. وتعتبر هذه البطاقات امتداداً لأسلوب المتحدث الخاص به؛ حيث إنها عبارة عن مخطط للحديث يجبر المتحدث على استخدام كلماته. علاوةً على ذلك، فإن هذه البطاقات توفر حلاً لمسألة حركة اليدين وكيفية الاستفادة منها. لكن المتحدث لا يزال يحتاج إلى التدريب على الحديث مرات عديدة مع ا ستخدام هذه البطاقات. وإذا لم يتدرب المتحدث على استخدام هذه البطاقات، فسيتجاوز الوقت المحدد أو سيخرج عن نطاق الحديث.

ويجب أن يتذكر المتحدث النقاط الرئيسية التالية عند استخدام هذه البطاقات:

- الكتابة بشكل يمكن من رؤية المعلومات بسهولة
- كتابة جمل قصيرة وموجزة تبقى عالقة في الذاكرة
- ترقيم هذه البطاقات حتى لا تحدث فوضى لو سقطت على الأرض، كما أن المتحدث قد يتحتم عليه في اللحظات الأخيرة قبل الحديث أن يقلل من حجم الحديث؛ ويمكنه القيام بذلك ببساطة عن طريق عدم التطرق إلى بعض البطاقات. علاوةً على ذلك، فإن ترقيم البطاقات يجعل المتحدث يعرف الفكرة أو العنصر الذي يتحدث فيه. ولمساعدة المتحدث في اتخاذ القرارات في اللحظة الأخيرة، يجب عليه أن يلون البطاقات التي قد يتخلص منها إذا اقتضت الضرورة ذلك بلون مختلف
- عدم القراءة من هذه البطاقات أبداً؛ حيث يجب أن يلقي المتحدث نظرة على ملاحظاته ثم يتحدث للجمهور حتى يحتفظ بالتواصل عن طريق العين
- تدوين وسائل الإيضاح التي سيستخدمها المتحدث لتوضيح بعض الأفكار الرئيسية

في أثناء التدريب على استخدام هذه البطاقات، يجب أن يقوم المتحدث بتدوين بعض الملاحظات عليها مثل موضع التوقف وموضع الابتسام وهكذا. وإذا كان المتحدث يجد صعوبة في النظر إلى كل أفراد الجمهور، فيمكنه استخدام بطاقة لكي يتذكر أن يجول ببصره في جميع أركان الحجرة. إن هذه البطاقات تعمل بمثابة حاجز أمني، فيجب ألا يتردد المتحدث في الاعتماد عليها.

ليس من الضروري أن يتم تدوين الملاحظات على بطاقات؛ فلقد رأيت العديد من المتحدثين المتميزين يستخدمون أي نوع من الورق بدلاً من البطاقات. وعندما كنت أقوم بإدارة ورش العمل الخاصة بفن التحدث أمام الآخرين، كنت أستخدم ورق كراسات لكتابة نص الحديث عليه وأضع الكراسة على منضدة أمامي وأنظر إليها من فترة لأخرى؛ حيث إن الهدف من استخدام هذه البطاقات الشعور بالثقة والقدرة على متابعة تسلسل الأفكار.

ملاءمة العرض التقديمي للجمهور والمساحة المتاحة

إن كل إنسان يتعرض للحديث في العديد من المواقف المتنوعة مثل اتخاذ قرار أو حديث فردي أو الحديث مع جماعة لاتخاذ قرار، وغالباً ما يكون ذلك أمام أعداد كبيرة من الجمهور

في مؤتمرات الشركات أو المؤتمرات الأشمل للعاملين في مجال عمل واحد. وفي كل مرة يتحدث فيها المتحدث أمام مجموعة كبيرة أو متوسطة أو صغيرة من الجمهور، يجب عليه أن يقوم بإدخال تعديلات على العرض التقديمي لكي يتناسب مع عدد الحاضرين وحجم المكان. وعلى الرغم من أن الأساليب والمفاهيم التي تمت مناقشتها في هذا الكتاب تنطبق على كل أشكال الحديث في جميع المواقف، فإن هناك بعض الاختلافات بين الحديث الفردي والحديث مع مجموعة محددة والحديث مع آلاف الأفراد من الجمهور.

وسوف نتعرض لكل موقف من مواقف الحديث - مجموعة كبيرة أو مجموعة صغيرة أو حديث فردي - ثم نقوم بتحليل كل منها من حيث الإعداد والتعامل مع المكان وأسلوب الإلقاء ووسائل الإيضاح.

الإعداد

لقد قمت مؤخراً بحضور اجتماع تديره إحدى الطبيبات لمجموعة مكونة من ٢٥ فرداً في قاعة المؤتمرات في أحد الفنادق، ولقد وصلت هذه الطبيبة متأخرة، ولم يكن لديها الوقت للإعداد أو لفحص المعدات أو الميكروفون الذي ستستخدمه.

إن الميكروفونات حساسة جداً لمكبرات الصوت الأخرى. ولم يقم المتخصص الفني بإيقاف تشغيل السماعات المعلقة على الحائط في جميع أركان القاعة. لذا، كانت كل حركة تقوم بها الطبيبة يصدر عنها صوت مزعج، ومن ثمّ اضطرت إلى الحديث دون استخدام الميكروفون. وقد حرمها ذلك من الاستفادة من تأثير الصوت على الجمهور حيث كان صوتها هامساً. كما بدا أن الطبيبة لم تستعد بشكل جيد، مما قلل من مصداقيتها.

إن أقل الأشياء قد ينتج عنها أعظم الاختلاف عند الحديث؛ فعلى سبيل المثال، قد يكون للإضاءة الضعيفة وصدى صوت الميكروفون وعدم استخدام مؤشرات (أقلام تأشير) مناسبة تأثير مدمر على الحديث. وكل موقف من مواقف الحديث الثلاثة يتطلب إعداداً؛ ولكي يكون المتحدث مستعداً بشكل جيد، يجب عليه أن يبتكر قائمة مراجعة وأن يطرح بعض الأسئلة.

- **المجموعة الكبيرة:** إذا كان المتحدث يستعين بالجهاز الذي يقوم بعرض الحديث على الشاشة، فيجب عليه أن يقوم باتباعه كلمة كلمة. وفي هذه الحالة، لا يستطيع المتحدث أن يستخدم الأسلوب الارتجالي. ويجب أن تتم كتابة الحديث على شكل حوار أو بأسلوب الحديث؛ حيث يجب استخدام الجمل القصيرة. وعندما أعمل مع بعض

عملائي، يكون هذا الجزء الأصعب. حيث إن معظم الذين يقومون بكتابة الحديث – حتى المحترفين منهم – يكتبون للقراءة وليس للاستماع. علاوةً على ذلك، يجب على المتحدث أن يستخدم اللغة المؤثرة وأن يكرر الكلمات؛ فهذا يجعل الحديث أكثر فاعلية. كما يجب على المتحدث أن يستخدم أسلوبًا واضحًا ومنظمًا. ولجذب انتباه الجمهور، يجب عليه الاستفادة من الأسئلة البلاغية. أما إذا كان المتحدث لن يستخدم هذا الجهاز الذي يعرض الحديث على الشاشة، فلن يكون هناك حاجة لكتابة الحديث، ولكن يجب أن يكون المتحدث مستعداً بشكل جيد.

- **المجموعة الصغيرة:** يجب أن يعطي المتحدث للشخص المسئول عن الاجتماع (إذا كان هناك من يرأس الاجتماع) المقدمة التي سوف يذكرها للجمهور عنه. وينبغي دائمًا أن يكتب المتحدث كلمات هذه المقدمة بنفسه، ولكن من الأفضل أن يقوم شخص آخر بإلقاء هذه الكلمات لتقديم المتحدث كالرئيس أو المضيف أو زميل. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يعرف المتحدث كيفية تنظيم الاجتماع والأسلوب المتبع في الأسئلة ومن سيتخذ القرار ومن يوجه تفكير المجموعة، كما يجب أن يكون المتحدث مستعداً للأسئلة ومقاطعة بعض الحاضرين له، وأن يتدرب على الاحتفاظ بهدوئه والسيطرة على الموقف.

تقسيم الحجرة الطويلة الضيقة

١ الجزء الأيسر الخلفي	٢ الجزء الأيمن الخلفي
٣ الجزء الأيسر الأمامي	٤ الجزء الأيمن الأمامي

المتحدث

تقسيم الحجرة الواسعة

١ الجزء الأيسر الخلفي	٢ الجزء الأوسط الخلفي	٣ الجزء الأيمن الخلفي
٤ الجزء الأيسر الأمامي	٥ الجزء الأوسط الأمامي	٦ الجزء الأيمن الأمامي

المتحدث

- **الحديث الفردي:** ويعتمد نجاح المتحدث في هذا الموقف على كيفية تنظيم الوقت ووضوح وتحديد الهدف من الحديث. ولقد اكتشفت أن الناس لا يهتمون بالتدريب على الاجتماعات غير الرسمية؛ حيث يعتقد الناس أنهم لن يحتاجوا إلى إعداد.

التعامل مع المكان

- **المجموعة الكبيرة:** عادة ما يكون المتحدث أقل تحكمًا وسيطرة على البيئة المحيطة به عندما يتحدث أمام مجموعة كبيرة من الناس. لهذا، يجب أن يسعى المتحدث لتكوين علاقة صداقة مع منظم الاجتماع وسوف يساعده ذلك فيما بعد. ويجب أن يعرف المتحدث إذا ما كانت الحجرة واسعة أم طويلة؛ وإذا كان يستطيع الاختيار، فمن الأفضل استخدام الوضع الأفقي حيث تكون الصفوف بمواجهة المتحدث. أما عن الإضاءة، فهي ضرورية جدًا؛ حيث يجب التأكد من عدم تعتيم الأضواء. علاوةً على ذلك، يمكن للمتحدث استخدام شاشة عرض الكريستال السائل (LCD) والكمبيوتر أو أية وسيلة إيضاح يراها مناسبة. وإذا اضطر المتحدث إلى إطفاء الأضواء، فيجب التأكد من إضاءتها في الوقت المحدد بانتظام. من ناحية أخرى، يجب على المتحدث الذهاب مبكرًا إلى مكان الحديث أو الحصول على مخطط للمكان للتعرف عليه بشكل أفضل. تجدر الإشارة إلى أنه كلما كان المتحدث على دراية أكبر بكيفية إعداد المكان والمساحة والإضاءة، كان هذا أفضل له. كما يجب أن يعرف المتحدث من الذي سيتحدث قبل وبعد حديثه، وإذا ما كان سيتحدث أمام منصة أو حامل. وحيث إن المتحدث لن يستطيع أن يطلب العديد من الأشياء، فيجب عليه أن يقوم بإحضار المناديل وزجاجات المياه والساعة أو المؤقت اليدوي. وأخيرًا، يجب أن يقوم المتحدث بإعداد قائمة مراجعة لفحص كل هذه الأشياء.
- **المجموعة الصغيرة:** يجب أن يعرف المتحدث بشكل سابق الكثير من التفاصيل بقدر الإمكان. كذلك، فإن الوقوف يزيد من التأثير الذي يكون للمتحدث على الجمهور. كما يجب أن يعرف المتحدث عدد الحاضرين وأماكن جلوسهم، وإذا ما كانوا يحملون بطاقات بأسمائهم أم لا، والطريقة التي سيتعرف بها المتحدث على كل فرد من الحاضرين. كما يجب أن يقوم المتحدث بتحديد أفضل موضع لوسائل الإيضاح المرئية، بالإضافة إلى ضرورة تحديد جدول أعمال حتى يستطيع التحكم في سير الاجتماع.

- **الحديث الفردي:** يجب أن يعرف المتحدث مكان مثل هذا النوع من الحديث؛ حيث إن هناك العديد من الاحتمالات مثل المكتب أو حجرة صغيرة للاجتماعات أو مطعم، وعلى المتحدث أن يختار أفضل الأماكن بالنسبة له. وإذا كان الحديث سيتم في مكتب، فمن الأفضل استخدام منضدة لوضع وسائل الإيضاح عليها أو استخدام لوحة عرض معلقة. وإذا كان المتحدث سيحتاج إلى استخدام كُبس كهربائي، فيجب أن يعرف موضعه قبل بدء الحديث. أما إذا كان المتحدث سيحتاج إلى استخدام جهاز العرض، فيجب التأكد من وجود شاشة بيضاء واضحة.

أسلوب الإلقاء

- **المجموعة الكبيرة:** يجب أن يهتم المتحدث بمظهره؛ فعند التواصل مع الآخرين، تعتبر العين من أهم ملامح الشخصية. كما يجب أن يستخدم المتحدث إشارات عامة وحركات مؤثرة؛ حيث يجب على المتحدث أن يقوم بتقسيم الحجرة في ذهنه إلى أقسام وأن يجول ببصره في جميع هذه الأقسام بالقدر نفسه من الاهتمام.

  يجب أن يشعر المتحدث بالراحة عند استخدام المساحات الموجودة في المكان. ويتيح الميكروفون للمتحدث فرصة رائعة لاستخدام المستويات المرتفعة والمنخفضة من الصوت في الحديث. مع ذلك، يجب الوضع في الاعتبار تنظيم عملية التنفس والحرص علىَ عدم صدور أي صوت مزعج للشهيق أو الزفير. ويجب على المتحدث أن يقوم بتحديد مواضع التأكيد على الكلمات وأن ينوع من سرعة صوته؛ حيث ينبغي أن يمر بشكل أسرع على المعلومات الأقل أهمية.

- **المجموعة الصغيرة:** يجب أن يستعين المتحدث بالحركة ولغة الجسد في توصيل المعنى بما يتناسب مع حجم الحجرة. وإذا لم يكن الأمر يستلزم عقد مؤتمر ضخم، فإن ترتيب مقاعد الجمهور على شكل حرف U هو سيكون الشكل الأفضل لترتيب مواضع الجلوس في الحجرة، لكن يجب التأكد من استخدام هذا الشكل بالصورة المثلى. على سبيل المثال، شاهدت مؤخراً سيدة تدير أول اجتماع كبير لها، وقامت بتنظيم الحجرة بهذا الشكل ولكنها لم تمشِ داخل هذا الشكل بصورة قريبة من الجمهور مما قلل من فعالية حديثها. ويعتبر استخدام المساحات بدقة طريقة رائعة لإظهار ثقة المتحدث. وإذا ما كانت المقاعد في الحجرة ثابتة ولا يمكن تغيير شكلها، فإنه يجب التحرك حول المكتب والتوقف عند التأكيد على النقاط الرئيسية. ويجب على المتحدث أن يحافظ على

التواصل مع جميع الأفراد الحاضرين من خلال نظرات العين، كما يجب استخدام الأسئلة المنطقية والبلاغية حتى يتمكن المتحدث من إيجاد نوع من التنوع في استخدام الصوت.

- **الحديث الفردي:** يجب أن يحافظ المتحدث على التواصل من خلال نظرات العين بصفة مستمرة في أثناء الحديث، وأن يسأل الأسئلة الصحيحة وأن يستمع إلى الفرد الآخر. كما يجب على المتحدث ألا يقضي معظم الوقت في الثرثرة. وإذا كان الحديث في مطعم، فربما يكون الوقت المتاح أطول، ولكن يجب عدم الانتظار ومحاولة توصيل الهدف من الحديث بشكل مباشر وسريع. كذلك، على المتحدث أن يتجنب استخدام بعض الأساليب والتعبيرات التي تدل على التردد والتلعثم (مثل "آه" أو "نعم" أو "أنت تعرف" أو "هكذا"، إلى غير ذلك). تجدر الإشارة إلى أن مثل هذه العادات السيئة تظهر بصورة أوضح في الأحاديث الأقل رسمية.

وسائل الإيضاح المرئية

- **المجموعة الكبيرة:** يجب أن يحتفظ المتحدث دائمًا بخطة بديلة. كما يجب الانتباه للإضاءة خاصةً إذا كان المتحدث يستخدم شاشة عرض الكريستال السائل أو الكمبيوتر. ويفضل عند استخدام جهاز عرض الشرائح أو شاشة عرض الكريستال السائل أن تكون إضاءة جهاز العرض عالية. حيث إنه كلما كانت إضاءة جهاز العرض أعلى وأكثر تأثيرًا، كانت الحاجة إلى خفض أضواء الحجرة أقل. كذلك، يجب أن يكون الحديث في حجرة يمكن فيها التحكم في الأضواء وألا تكون الأضواء مسلطة على شاشة العرض؛ فهذا يقلل من الحاجة إلى تعتيم الأضواء. ولأن الانتباه يتأثر بشكل مباشر بشدة الضوء، فيجب استخدام الألوان اللامعة وليس الألوان الغامقة عند تصميم وسائل الإيضاح.
- **المجموعة الصغيرة:** يجب أن يحاول المتحدث استخدام وسائل إيضاح يستعان فيها بالوسائط المتعددة مثل الشرائح التي يتم عرضها من خلال الكمبيوتر، بالإضافة إلى لوحات العرض المعلقة. ودائمًا ما يفضل عملائي الأسلوب الذي أتبعه باستخدام لوحتي عرض معلقتين؛ حيث أنصحهم باستخدام اللوحتين مع وجود مسافة ١٠ أقدام بينهما. وتعتبر لوحات العرض المعلقة من وسائل الإيضاح الأقل تسببًا في حدوث مشاكل كما تنطوي على قدر أكبر من التفاعل مع الجمهور. كذلك، فإنها تشجع المتحدث على

التحرك من جانب في الحجرة إلى آخر، وهذا الأسلوب في الحركة يجذب الانتباه أكثر من الحركة في محور عمودي من الأمام إلى الخلف والعكس.

- **الحديث الفردي:** في هذه الحالة، يفضل استخدام النشرات المطبوعة والكتيبات التفصيلية. وإذا كان الحديث في مكتب، فيمكن استخدام الكمبيوتر أو لوحة العرض المعلقة. ويجب أن يكون المتحدث مرنًا وأن يستخدم المتاح أمامه؛ ولو كان المتاح لوحة عرض معلقة، فيجب عليه أن يستخدمها.

العروض التقديمية الجماعية

قد تقتضي الحاجة في بعض الأحيان أن يقوم المتحدث بتقديم عرض تقديمي مع العديد من الأفراد. وللحديث مع فريق مزايا لا حصر لها؛ حيث إن المتحدث لا يستعين فقط بأفكار أفراد آخرين، بل يمكن أن يستعين بمواهبهم أيضًا. وإذا لم يستطع أحد المتحدثين تقديم أحد العناصر بصورة مناسبة (على سبيل المثال، لا يستطيع أحد أفراد الفريق إلقاء تقارير مالية بصورة مشوقة)، فيمكن أن يقوم متحدث آخر بتقديم هذا العنصر، ولكن هذا لا يقلل من مسئولية كل متحدث من أفراد الفريق. وقد يستهلك إعداد الفريق الكثير من الوقت، ولكنه حتمي لنجاح العرض التقديمي؛ حيث يجتمع أفراد الفريق بانتظام لتخطيط الحديث وإعداده والتدريب عليه بكفاءة.

التخطيط

إذا لم يتم تخطيط كل شيء، فسيفقد أعضاء الفريق القدرة على توجيه الجمهور سريعًا. فغياب التخطيط قد يؤدي في النهاية إلى أربعة عروض تقديمية منفصلة بدلاً من عرض تقديمي واحد متسق وفعال. وعندما يجتمع أعضاء الفريق للتخطيط للعرض التقديمي، فإنه يمكن تحقيق أقصى درجة من النجاح من خلال مراعاة هذه النقاط التالية:

- **الهدف:** يجب أن يكون كل عضو في الفريق مدركًا لهدف العرض التقديمي الجماعي. فمن الضروري أن يكون واضحًا لكل منهم سبب عمل أفراد الفريق مع بعضهم. وينطبق ذلك أيضًا على جميع الذين يقومون بمساعدة المتحدث ولا يظهرون للجمهور.
- **توزيع الأدوار:** يجب أن يقوم أعضاء الفريق بتقييم قدرات كل عضو ونقاط قوته ونقاط ضعفه وأسلوبه؛ حيث يجب ألا يقوم شخص جاد رتيب بإلقاء الخاتمة المميزة

والمحفزة، بل يجب أن يقوم أكثر أفراد الفريق حيوية بإلقاء هذا الجزء. كما يجب ألا يقوم أكثر أفراد الفريق قدرة على الإبداع بإلقاء المعلومات المتخصصة.

■ **تحديد الأهداف الفردية:** بعد تكليف كل فرد من أفراد الفريق بدور مختلف، يجب أن يحدد (مع باقي أفراد المجموعة) هدفه من العرض التقديمي وكيف سيسهم في تحقيق الهدف العام للفريق.

■ **وضع جدول أعمال منطقي:** يجب تحديد مدة حديث كل عضو من أعضاء الفريق والوقت الذي يبدأ فيه، مع ضرورة الوضع في الاعتبار كل من الجمهور والقيود الزمنية لكل متحدث وأي الأجزاء أكثر أهمية والأفكار التي يجب مناقشتها.

■ **أسلوب تقديم كل متحدث من أفراد الفريق:** هناك خيارات عديدة فيما يخص تقديم كل متحدث؛ حيث يمكن تقديم كل متحدث في بداية الحديث أو الانتظار حتى يأتي دور كل متحدث في الحديث. وهناك طريقة أخرى لتقديم المتحدثين وهي تقديم كل متحدث بإيجاز في البداية ثم إعادة تقديمه بصورة تفصيلية في بداية حديثه. وتفيد هذه الطريقة كأسلوب انتقالي بين المتحدثين؛ فمن الممكن استخدام مثل هذا الأسلوب: "هذه هي "جوان سميث"، وسوف تقوم بتعزيز الأفكار التي شرحها "جاك" وتوضح كيف تنطبق هذه الأفكار عليكم تحديداً. إنها مؤهلة للقيام بهذا؛ لأنها كانت من عملائنا وتعرف كيف يمكن تطبيق هذا على كل فرد." وهذا الأسلوب يعمل كأسلوب تقديمي للمتحدث وأسلوب انتقالي أيضاً.

■ **وسائل الإيضاح المرئية:** يجب تصميم كل وسائل الإيضاح - التي سيستخدمها أعضاء الفريق - لتبدو وكانما قد صممها شخص واحد. حيث يجب عدم استخدام أوراق شفافة خاصة بجهاز البروجكتور جذابة مصممة بواسطة الكمبيوتر لشخص واستخدام أوراق شفافة مرسومة باليد لشخص آخر. كذلك، يجب أن يكون هناك تناسق بين وسائل الإيضاح؛ وأفضل طريقة لتحقيق ذلك التناسق أن يقوم شخص واحد بتصميم جميع وسائل الإيضاح. ويمكن أن يكون هذا الشخص أحد مساعدي الفريق أو أحد أفراد الفريق ممن لهم دراية جيدة بتصميم الرسومات. ويجب أن يكون لجميع وسائل الإيضاح نفس التصميم والهدف نفسه بقدر ما تسمح الخامات المتاحة للعرض التقديمي بذلك. علاوةً على ذلك، يجب الرجوع إلى الفصل الخاص بوسائل الإيضاح المرئية ومراجعة الأفكار الرئيسية الخاصة بكيفية تصميم وسائل الإيضاح كجزء متكامل من الحديث.

- **كيفية التعامل مع الأسئلة والمقاطعات:** من الضروري المحافظة على التناسق في أثناء العرض التقديمي الجماعي، ويجب أن يكون قائد الفريق مسئولاً عن الإجابة عن الأسئلة. ولهذا، يجب عليه أن يتعامل مع الأسئلة بشكل مناسب. ومن الممكن أن تتم الإجابة عن الأسئلة بعد انتهاء العرض التقديمي بالكامل أو الإجابة عنها بعد انتهاء دور كل متحدث. وهناك اختيار آخر ينطوي على قدر أكبر من التحدي وهو الإجابة عن كل سؤال بمجرد أن يطرأ على بال السائل ويطرحه في أثناء الحديث. ويتناسب هذا الأسلوب بشكل أفضل مع العروض التقديمية التي يتم من خلالها تقديم بعض الاقتراحات الجديدة وشرحها للجمهور. وكما هو الحال بالنسبة لطرح الأسئلة، يجب أن يتم مقدمًا تحديد وقت وكيفية توزيع النشرات المطبوعة أو أي شيء آخر يؤدي إلى مقاطعة المتحدث ومن سيقوم بذلك. بالإضافة إلى ذلك، يجب أيضًا تحديد ما إذا كان الجمهور له الحرية في الدخول والخروج مثلما يشاء (ربما يكون من غير الممكن تجنب هذا الأمر في المكاتب التي تعج بالعملاء) أو أنه لا يمكن لأفراد الجمهور الحركة بحرية في أثناء العرض التقديمي.
- **تخطيط الأساليب الانتقالية:** يمكن أن تتسبب الأساليب الانتقالية في رفع مستوى العرض التقديمي الجماعي أو إفساده. فيجب أن يكون الجمهور قادراً على متابعة الحديث بسهولة وعلى الربط بين كل متحدث والكيفية التي يسهم من خلالها في العرض التقديمي الجماعي. إن الاختلاف بين حديث عادي وحديث متميز هو الأساليب الانتقالية السلسة والمؤثرة.

لا بد من أن يجتمع أعضاء الفريق بشكل منتظم ويجب أن يحدث ذلك قبل التقديم الفعلي للعرض التقديمي. ويجب أن يقوم جميع أفراد الفريق بحضور هذه الاجتماعات وهم على استعداد للتعليق على مدى تقدمهم. علاوةً على ذلك، يجب على كل عضو في الفريق إعطاء معلومات لباقي الفريق عن مخطط الجزء الخاص به في الحديث وعن أي أرقام أو قصص أو أمثلة سوف يشتمل عليها هذا الجزء وعن طريقة بدء كل جزء وإنهائه. بصفة عامة، يجب أن يكون هناك انسيابية وسلاسة ووضوح في الانتقال من كل جزء إلى الذي يليه، وهذه الاجتماعات فرصة جيدة للتأكد من كل هذه الأشياء.

التدريب والربط بين الأجزاء والتكرار

بشكل عام، يجب الانتباه بصفة خاصة لمقدمة وخاتمة العرض التقديمي بالكامل، ناهيك عن الأساليب الانتقالية بين كل جزء والذي يليه. ويجب التدريب ليس فقط على الحديث، بل على الوقوف والحركة في أثناء الحديث أيضًا. فيجب ألا يتلعثم أحد أفراد الفريق وينظر إلى المتحدث الآخر؛ فهذا لا يدل على الاحتراف أو التنظيم. كما أن الجمهور لا يُقدّر الأساليب الانتقالية اللفظية الجيدة فحسب، بل يُقدّر الأساليب اللفظية الجسدية الجيدة أيضًا. وكلما زاد الوقت الذي يقضيه أعضاء الفريق في إعادة تنظيم وسائل الإيضاح والميكروفونات أمام الجمهور، أدى ذلك إلى تشتت انتباه الجمهور.

من ناحية أخرى، يجب أن يكون جميع أفراد الفريق موجودين على المسرح طوال فترة العرض التقديمي. كما يجب أن يسهم جميع أفراد الفريق وأن يقوموا بتأييد فريقهم حتى ينجح العرض التقديمي. فإذا ما رأى الجمهور أن هناك عضوًا من الفريق يقدم الجزء الخاص به وباقي أفراد الفريق لا يعيرونه اهتمامًا، فإنه لن ينظر إلى هذه المجموعة كفريق. لذا، يجب على كل فرد أن يقوم بدعم باقي أفراد الفريق في كل مرة.

من الممكن أن يتم عمل بروفة للعرض التقديمي أمام جمهور من العاملين بالمكان والزملاء – طالما ليس لهم علاقة من أي نوع بالعرض التقديمي. ويجب أن يكون هذا الجمهور الذي يتم اختبار الحديث أمامه عبارة عن مجموعة من الناس الذين لا يجدون حرجًا في تقديم النقد للحديث. وقبل إلقاء العرض التقديمي أمام هذا الجمهور، يجب أن يُطلب منهم كتابة توقعاتهم بشأن الحديث. وبعد الانتهاء، يتم تسليمهم نموذج تقييم لكي يقوموا بملئه ويجب التأكد من أن هذا النموذج يستوضح منهم عن مدى تحقق توقعاتهم وعن الهدف من العرض التقديمي من وجهة نظرهم، وكذلك عن أية معلومات يرون أنه تم إغفالها أو الإسهاب الزائد فيها. كما يجب أن يشتمل هذا النموذج على أسماء أفراد الفريق وأن يكون هناك بعض الأسئلة مثل: "هل كانت الأساليب الانتقالية سلسة؟" و"هل استطعتم فهم الشخص الذي كان يتحدث؟ ولماذا؟" ومثل: "هل تمكنتم من استيعاب الهدف من كل جزء من العرض التقديمي؟" وعلى أفراد الفريق أن يقوموا بتسجيل الحديث ثم مشاهدته حتى يتمكنوا من معرفة كيف ظهروا وإصلاح أية مشكلات في أية جزئية.

الأجزاء الخاصة بالتفاصيل الفنية

ليس المهم ما يقوله المتحدث فقط، بل كيفية القول مهمة أيضًا. إن وسائل الإيضاح المرئية تعتبر جزءًا من أسلوب أي متحدث؛ وإذا لم تكن متسقة مع بعضها، فإنها ستعكس صورة سيئة عن المتحدث. وحتى نوع الميكروفون الذي يستخدمه المتحدث يؤثر في طريقة الإلقاء؛ فالميكروفون اللاسلكي يسمح للمتحدث بالحركة وهذا هو أفضل الاختيارات لمن يفضلون الحركة المستمرة. أما المتحدث الذي يلقي الحديث من وضع الثبات، فمن الأفضل له استخدام الميكروفون الثابت. وكما ذُكر من قبل، إذا أراد المتحدث أن يظهر بشكل ودود، فيجب عليه أن يتحدث برفق وأن يقترب من الميكروفون؛ حيث إن طريقة استخدام الميكروفون تعتبر جزءًا من الأسلوب المتميز للمتحدث في الإلقاء.

فاعلية الحديث والتعبير عن الذات

لا بد من أسلوب إلقاء جيد حتى لا يضيع ما بذله المتحدث من جهد في تجميع النقاط وترتيب الأفكار وفي صياغة الحديث. ويأتي هذا الأسلوب نتيجة للتدريب والكثير من التخطيط، بالإضافة إلى ثقة المتحدث واعتماده على أسلوبه المتميز الخاص به. لهذا، يجب على المتحدث ألا يستخدم أسلوب متحدث آخر، وإلا فإن الجمهور سيشعر بوجود خطأ ما ولن يشعر المتحدث أيضًا بالارتياح. وإذا استطاع المتحدث التعبير عن ذاته وكان متحمسًا للموضوع، فإنه سيكون في طريقه لصياغة أسلوب فريد متميز خاص به، كما أنه سيكون مستعدًا لاستخدام مهاراته في الإلقاء بشكل يومي بدءًا من الاجتماعات.

نصائح مهمة: التركيز على الأسلوب

١- إذا كان هناك شخص ما يتابع أداءك، فكيف سيصف أسلوبك في التواصل مع الآخرين؟

٢- ما نقاط القوة الرئيسية في أسلوبك في التقديم؟

٣- شاهد مجموعة مختلفة من مذيعي النشرات لمدة أسبوع وتعرف على أسلوب كل مذيع في الإلقاء.

الفصل الخامس والعشرون

تطوير نقاط القوة لدى المتحدث

لا يزال هناك شيء مهم جداً لا بد أن يعرفه المتحدث لكي يصبح متحدثًا متميزًا؛ حيث يجب على المتحدث أن يقوم بتحليل نقاط القوة في أسلوبه ثم يحاول تطويرها. وإذا كان المتحدث حيويًا وممتلئًا بالنشاط، فعليه أن يتصف بهذه الصفات في أسلوب إلقائه للحديث. كذلك، إذا كان المتحدث يجد راحة في طرح الأسئلة على الجمهور أو في تلقي الأسئلة منهم، فيجب أن يستفيد من ذلك في حديثه. أما إذا كان المتحدث يميل إلى استخدام الأسلوب الجدي أو كان وجهه خاليًا من التعبيرات، فيجب عليه أن يبحث عن فكاهات وقصص تؤكد على الحقائق الواردة بالحديث أو حتى يتهكم من صفة الجدية. وإذا كان المتحدث مخلصًا في أدائه، فعليه أن يُظهر هذه الصفة في إلقاء الحديث.

في دوراتي التدريبية لتعليم فن التحدث مع الآخرين، إذا طلبت من ١٠ طلاب أداء واجب محدد وهو محاولة بيع قلم، فإن كل طالب منهم سيستخدم أسلوبًا مختلفًا تمامًا عن الآخر – وهذا هو التفرد والتميز. إن كل متحدث متفرد ومتميز في أسلوب حركته وفي استخدامه للإيماءات وفي تفسيره للمعلومات وفي طريقة إلقائه للقصص وفي أسلوب تنظيم وقته، وحتى في الأصوات يوجد اختلاف بين كل متحدث وآخر. ولكي يتعرف المتحدث على أسلوبه، يجب أن يقوم بتسجيل حديث له أثناء إلقائه ثم يعيد تشغيله ويستمع إلى صوته. كما يجب على المتحدث أن يقوم بتحليل نقاط القوة في أسلوبه وأن يبحث عن طرق لتطويرها حتى يكون أسلوبه فريداً متميزاً. علاوة على ذلك، يجب على المتحدث استخدام النماذج الموجودة في هذا الكتاب لتقييم المتحدثين الآخرين؛ حيث تفيد هذه النماذج في تقييم المتحدث لنفسه لملاحظة ما الذي يحتاج إليه لكي يصبح متحدثًا بارعًا.

عندما يستطيع المتحدث الربط بين نقاط قوته وبين إدراكه للأخطاء الستة الشائعة في الحديث مع الالتزام بشعار "لا تكن مملاً"، فإنه يكون مستعداً لتطوير أدائه ولاكتساب الثقة في نفسه من خلال التواصل الفعال المؤثر.

ينطوي هذا الكتاب على محاولة لتزويد المتحدث بأساسيات الحديث الفعال، لكن الباقي متروك له ويعتمد على ما يبذله من جهد.

الفهرس

الموضـــوع	الصفحة